Andra
ȘERBĂNESCU

Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți

Prin labirintul culturilor

POLIROM
2007

Cuprins

Cuvânt-înainte

Contextul general. Fenomenul globalizării presupune contacte tot mai multe și mai diverse între indivizi proveniți din culturi diferite: întâlniri politice, negocieri economice, educație școlară/academică în alte țări decât cea de origine, schimburi culturale, oportunități de lucru în străinătate, turism, emigrare etc. Toate aceste experiențe, depășind granițele propriei culturi, sunt experiențe interculturale: individul intră într-o lume nefamiliară lui, trăiește printre oameni care vorbesc, arată, se îmbracă, se poartă, gândesc altfel, se confruntă cu obiceiuri, concepții, credințe diferite de cele din țara de origine. Pentru a comunica eficient într-o comunitate străină, individul trebuie să învețe să abordeze diferențele, să li se adapteze, construindu-și o nouă personalitate: o personalitate interculturală. A comunica cu o persoană dintr-o altă cultură înseamnă mai mult decât a vorbi o limbă străină corect gramatical – înseamnă în primul rând a comunica în concordanță cu așteptările acelei persoane, cu practicile sociale și discursive care formează bagajul său cultural, înseamnă a te adapta nevoilor și așteptărilor celuilalt.

Domeniul comunicării interculturale: între teorie și practică. Domeniul comunicării interculturale se constituie la intersecția unor observații, date, analize, teorii provenite din domenii relativ diverse – antropologie, studii culturale, psihologie, sociologie, comunicare. Ceea ce dă unitate acestor perspective eclectice este scopul cercetărilor: de a oferi un cadru general menit să faciliteze comunicarea dintre oameni care s-au născut și trăiesc în diverse părți ale lumii, prin cunoașterea, înțelegerea, tolerarea și aprecierea diferențelor. De exemplu: Cum comunică un american cu un japonez, un italian cu un suedez, un grec cu un turc? Cum se explică diferențele de percepții, expectații, viziuni, forme de

comunicare dintre ei? Cum pot fi conciliate diferențele, cum pot fi evitate neînțelegerile și conflictele?

În domeniul teoriei comunicării interculturale, obiectivele teoretice ale cercetării se corelează cu obiectivele practice privind comunicarea cotidiană.

Fondatorul domeniului comunicării interculturale este considerat E. Hall, primul care a folosit sintagma *comunicare interculturală* în cadrul cursurilor ținute împreună cu lingvistul S. Trager la Foreign Service Institute (Washington) pentru diplomații americani. De atunci, comunicarea interculturală a devenit materie de studiu în universitățile din întreaga lume, subiect de cercetare pentru antropologi, sociologi, psihologi, lingviști, subiect al unor traininguri pentru persoane care lucrează sau locuiesc în medii multiculturale. Aplicațiile practice ale teoriilor se regăsesc în afaceri și management, în educație (predarea limbii materne străinilor, desfășurarea proceselor de învățare în medii multiculturale), în marketing și publicitate, în diplomație.

Domeniul comunicării interculturale în România. În România, comunicarea interculturală este materie de studiu la facultățile de comunicare, sociologie, psihologie, jurnalism, științe politice, relații internaționale, litere, limbi străine, diplomație. Perspectiva interculturală este prezentă în programele de gimnaziu și liceu; manualele de română și, mai ales, cele de limbi străine sunt elaborate din perspectiva comunicării (inter)culturale. Suportul de studiu și baza teoretică sunt reprezentate de câteva cărți în limbi străine (puține și neactualizate, nu întotdeauna cele mai bune) achiziționate de bibliotecile din România, compilații sumare integrate de obicei ca paragrafe în alte cărți de comunicare, câteva traduceri cărora le lipsește perspectiva ansamblului. Cu toate acestea, puține dintre persoanele angajate, prin natura profesiei lor, în situații de comunicare interculturală cunosc dificultățile unei interacțiuni de acest tip.

Această carte este o introducere în domeniul comunicării interculturale: propune o privire de ansamblu, sintetică, asupra domeniului, corelând abordarea din antropologie cu perspectiva comunicativ-lingvistică. Bazată pe o amplă bibliografie, lucrarea prezintă conceptele de bază, sintetizează cercetările în domeniu, exemplifică prin situații concrete de comunicare din diverse limbi-culturi, propune exerciții concepute ca momente de reflecție, autoverificare și autoevaluare pentru cititori.

Prin conținut și formă, este în acord cu ultimele publicații internaționale în domeniu. ***Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor*** este un ghid practic având subiacente rezultatele cercetărilor academice în domeniu.

Prin elementele teoretice și practice, volumul contribuie la educarea și formarea unei personalități interculturale: o personalitate deschisă la nou și la schimbare, tolerantă, flexibilă și adaptabilă realităților multiple și diverse ale lumii actuale, cu gândire critică și spirit de observație, cu gândire practică, dar și speculativă – într-un cuvânt, o personalitate conștientă de multiplele forme pe care le îmbracă diversitatea.

Deși se bazează pe cercetări riguroase în domeniu, cartea a fost redactată într-un stil accesibil unei largi categorii de cititori. Ea acceptă lecturi multiple, în funcție de scopul cititorului. Se adresează așadar studenților și profesorilor de la diverse facultăți umaniste (comunicare și relații publice, sociologie, psihologie, științe politice, jurnalism, relații internaționale, antropologie, litere, limbi străine etc.), ca suport de studiu; cercetătorilor în domeniile implicate în comunicarea interculturală, care vor găsi sinteze și trimiteri utile la diverse probleme de interes actual; cercetătorilor interesați de specificul cultural al limbii române sau persoanelor care ar putea găsi un beneficiu în cunoașterea specificului nostru național; profesorilor care predau în contexte multiculturale; profesorilor care predau limba română ca limbă străină; profesorilor care predau limbile unor minorități naționale, ca fundal de abordare interculturală a comunicării și a problemelor sociale; elevilor și profesorilor de liceu, ca fundal de înțelegere a manualelor și programelor școlare, care prevăd corelații între fenomenele culturale/literare/lingvistice românești și cele străine, precum și corelații interdisciplinare; traducătorilor și interpreților (în diverse domenii); persoanelor care oferă servicii lingvistice și servicii de asistență culturală imigranților în România; trainerilor care organizează seminare de pregătire interculturală în companiile multinaționale din România; practicanților în domeniul managementului, publicității etc. care vor să-și lărgească orizontul de cunoaștere și înțelegere a comunicării inter- și transculturale și care trebuie să găsească soluții eficiente de comunicare; diplomaților; tuturor celor care se văd, într-un viitor mai apropiat sau mai îndepărtat, intrând în contact cu oameni proveniți dintr-o altă cultură; tuturor celor curioși să cunoască și să înțeleagă diferențele de gândire și comunicare dintre diversele populații de pe glob.

Cartea este organizată în cinci capitole: I. *Comunicarea*; II. *Cultura*; III. *Stiluri culturale de comunicare*; IV. *Culturi în contact*; V. *Cultura română. Repere.*

Capitolul I introduce concepte fundamentale de comunicare, definindu-le, comentându-le, exemplificându-le şi relaţionându-le pentru a face posibilă înţelegerea abordărilor care urmează. La sfârşitul capitolului, cititorul va avea o imagine sintetică şi generală asupra procesului comunicării, a determinărilor multiple care îl modelează. Înţelegerea mecanismelor comunicării oferă şi beneficiul practic al dezvoltării abilităţilor personale de comunicare.

Capitolul II defineşte cultura în termeni antropologici şi prezintă câteva modele teoretice de abordare unitară a formelor în care se manifestă diversitatea de mentalitate, de atitudini, de practici sociale, de strategii comunicative. Elementele teoretice esenţializate sunt bogat exemplificate prin fapte din diverse culturi ale lumii. La sfârşitul capitolului, cititorul va avea cunoştinţele necesare pentru a înţelege şi a-şi explica diferenţele dintre culturi şi va dispune de instrumente pentru a-şi modela atitudinile şi comportamentele astfel încât întâlnirile sale interculturale să fie eficiente şi să îi aducă satisfacţii.

Capitolul III corelează perspectiva antropologică asupra comunicării interculturale cu perspectiva comunicativ-lingvistică. Integrând conceptele din primul capitol şi conceptele din al doilea, prezentarea va contura o hartă a asemănărilor şi deosebirilor privind felul în care vorbesc oameni din diverse culturi şi cum se comportă ei când se întâlnesc pentru a dialoga. La sfârşitul capitolului cititorul va avea o „listă de control" care îi va prezenta punctele de posibilă divergenţă în stilul de a comunica al unor indivizi aparţinând unor culturi diferite, fiind astfel pus în gardă.

Capitolul IV prezintă aspectele principale implicate în dialogul dintre oameni provenind din culturi diferite, care practică stiluri comunicative diferite. Trecând în revistă formele de adaptare reciprocă şi efectele şocului cultural, prezentarea reţine soluţii concrete pentru formarea unei personalităţi interculturale. La sfârşitul capitolului cititorul va şti cum să-şi modeleze comportamentele comunicative în funcţie de provenienţa culturală a interlocutorului, cum să evite capcanele neînţelegerilor, cum să interpreteze comportamentele observate la străini, va şti la ce să se aştepte când va discuta cu un american, un francez, un turc, un japonez etc.

Capitolul V propune o interpretare a culturii române în perspectiva abordărilor din capitolele precedente, concentrându-se mai întâi asupra specificului naţional, apoi asupra specificului comunicativ al românilor. Cititorul va găsi în prima parte a capitolului o sinteză personală a unor puncte de vedere exprimate de sociologi, psihologi, esteticieni, folclorişti, filosofi de marcă ai culturii române. Citatele ample au rolul de a evidenţia concepţiile lor extrem de moderne şi actuale. În partea a doua va găsi o caracterizare a modului în care „vorbesc românii"; este o schiţă bazată pe cercetări personale, detaliate în volumul *Cum vorbesc românii. Studii de comunicare (inter)culturală* (Editura Universităţii Bucureşti, 2007). La sfârşitul capitolului cititorul va avea posibilitatea să reflecteze asupra elementelor prezentate, să descopere altele, pentru a confirma sau infirma opiniile expuse. Oricum, se va afla la un început de drum, pe care, dacă îl va parcurge, va avea posibilitatea să se cunoască mai bine pe sine şi să-i înţeleagă mai uşor pe ceilalţi.

Andra Şerbănescu
Bucureşti, octombrie 2007

I. COMUNICAREA

1. Comunicarea prin limbă

Comunicarea este procesul prin care se face schimbul de informații între organisme: celulele comunică între ele asigurând astfel schimbul de substanțe, animalele comunică prin sunete, mișcări, mirosuri, oamenii comunică prin intermediul unui sistem complex de simboluri.

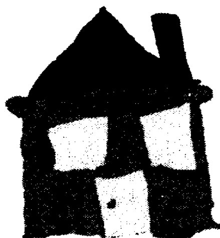
Comunicarea umană reprezintă ansamblul formelor de interacțiune și totalitatea proceselor prin care oamenii partajează informație în cadrul societății și se raportează la mediu. Între celelalte tipuri de comunicare, comunicarea umană se distinge prin unicitate și complexitate: alături de elementele nonverbale (mimică, gesturi, poziții corporale, mișcări etc.) și de cele paraverbale (sunete, intonații, variații de intensitate și înălțime a tonului), în centrul comunicării umane se află limba. Comunicarea umană este o formă de comportament social, dobândit prin învățare.

1.1. *Limba*

În procesul comunicării, indivizii transpun reprezentările cognitive, mentale în reprezentări lingvistice. Limba este un sistem complex de semne și simboluri folosite de oameni în scopul comunicării.

A comunica într-o limbă înseamnă a asocia forme şi conţinuturi şi a le organiza pe baza unor reguli sintactice, semantice şi pragmatice validate de comunitate într-un anumit moment al existenţei sale, înseamnă a împărtăşi aceleaşi aşteptări şi predicţii în prezenţa semnelor vehiculate.

Când comunică prin intermediul limbii, oamenii folosesc cuvinte. Acestea au o formă sonoră (rezultată prin combinarea unor sunete) şi un conţinut, o semnificaţie (reprezintă concepte ale unor realităţi din univers, din lumea înconjurătoare). Asocierea dintre forma sonoră şi conţinut este, de cele mai multe ori, *arbitrară*, în sensul că nu există o motivare pentru o anumită asociere: nu există niciun motiv raţional pentru care unele comunităţi asociază semnificaţiei reprezentate mai jos:



secvenţa de sunete *c+a+s+ă* şi nu *l+a+c, p+i+s+i+c+ă, a+n*; asocierea dintre semnificaţie şi fonie este rezultatul unei *convenţii sociale*, a unei convenţii între membrii societăţii, astfel încât, în comunitatea vorbitorilor de limbă română, conceptul reprezentat prin imaginea de mai sus va fi asociat cu *casă*, în cea a vorbitorilor de franceză cu *maison*, în cea a vorbitorilor de engleză cu *house* şi aşa mai departe. Odată adoptată, această convenţie de asociere este, în general, *stabilă* în timp, ceea ce asigură comunicarea dintre membrii societăţii şi transmiterea limbii din generaţie în generaţie. Stabilitatea acestei asocieri convenţionale şi arbitrare este însă *limitată*, tocmai pentru că este o asociere convenţională şi arbitrară; astfel, în timp, foniei *casă* i s-au adăugat diverse semnificaţii suplimentare, mai mult sau mai puţin legate de reprezentarea anterioară – de exemplu, *adăpost, familie, casă de copii, casă de modă, casă de marcat* etc. Toate aceste trăsături inerente ale semnului lingvistic[1] explică existenţa în lume a unui număr mare, dar finit, de limbi, precum şi evoluţia limbilor în timp şi spaţiu. Semnele lingvistice au diverse grade de complexitate: cel mai mic grad de complexitate îl are cuvântul (*casă*), a cărui fonie rezultă din combinarea sunetelor specifice unei limbi; urmează grupul de cuvinte, adică sintagma (*casa mea, casă nouă, casa de acolo, casa nouă de peste drum, casa nouă a prietenului meu, Dan* etc.), propoziţia (*Casa nouă de acolo este a prietenului meu, Dan*), fraza (*Casa nouă pe care o vezi acolo, peste drum, este a prietenului meu, Dan*), textul:

> Publicaţia lunară CASA MEA se adresează publicului ce intenţionează să îşi construiască, extindă sau renoveze casele – reşedinţe permanente sau case de vacanţă. Cei direct implicaţi în domeniile proiectării, execuţiei, pieţei materialelor de construcţii, finisajelor, echipamentelor şi instalaţiilor, precum şi persoanele pasionate de domeniul abordat de revistă pot găsi în paginile acesteia subiecte de interes. Modele de case şi amenajări peisajere, informaţii de actualitate din lumea construcţiilor, prezentări de tehnologii şi produse specifice – acestea sunt rubricile centrale, prezentate într-un format de 180 de pagini bogat ilustrate. Cu un tiraj de 20.000 de exemplare, orientat către un target precis şi cu o distribuţie naţională performantă, CASA MEA asigură o eficientă promovare a jucătorilor de top din domeniile menţionate (http://www.hiparion.com/reviste/casa-mea.html).

Semnele se constituie şi funcţionează la trei niveluri: sintactic, semantic şi pragmatic (Morris, 1939). La *nivel sintactic*, semnele se combină după un set de reguli specifice fiecărei limbi: reguli

1. Teoria prezentată mai sus poartă numele de *teoria semnului lingvistic*, elaborată la începutul secolului al XIX-lea de lingvistul genevez Ferdinand de Saussure, în cadrul unei teorii mai ample a semnelor, *semiotica*. Semnele lingvistice sunt doar un tip de semne care funcţionează în societate, alături de altele, cum ar fi: semnele marinăreşti, semnele de circulaţie, semnele prin care comunică surdomuţii, semnele matematice.

de combinare a sunetelor (reguli fonetice: *c+a+s+ă*, nu *ă+c+s+a*), reguli de combinare a morfemelor (adică a unor părţi ale cuvântului, reguli morfologice: *cas+e+le*, nu *le+e+cas*), reguli de combinare a cuvintelor (reguli sintactice: *Şi-a cumpărat o casă nouă*, nu *Nouă o a şi casă cumpărat*). La *nivel semantic*, fonia *casă* realizează în limba română următoarea partiţie a realităţii:

CÁS//Ă[1] **~e** *f.* 1) Construcţie servind ca locuinţă pentru oameni. ◊ **De ~** produs în condiţii casnice. **A avea ~ şi masă** a fi îndestulat. 2) Totalitatea bunurilor ce constituie averea unei persoane; gospodărie. 3) Încăpere cu destinaţie specială într-o clădire. **~a ascensorului**. ◊ **~a mare** odaie în casele ţărăneşti destinată oaspeţilor. 4) Totalitatea persoanelor înrudite care locuiesc împreună; familie. ◊ **A face ~ cu cineva** a trăi în înţelegere; a trăi cu cineva în căsnicie. 5) Nume dat unor instituţii, aşezăminte, firme comerciale etc. **~ de cultură**. **~ de odihnă**. **~a scriitorilor**. 6) Unitate economică (de producţie, de comerţ sau de servicii sociale) care are o conducere unică; întreprindere. [G.-D. **casei**] /<lat. *casa*.
CÁS//Ă[2] **~e** *f.* 1) Dulap sau lădiţă specială în care se păstrează bani, hârtii de valoare, documente etc.; seif. 2) Loc special amenajat într-un magazin unde se achită costul cumpărăturilor. 3) Încăpere într-o instituţie unde se fac încasările şi plăţile; casierie. 4) Sumă de bani în numerar de care dispune casieria unei întreprinderi, organizaţii etc. ◊ **A face ~a** a face bilanţul încasărilor şi plăţilor unei zile. [G.-D. **casei**] /<it. *cassa*; germ. *Kasse*.
CÁSĂ[3] Boală a vinurilor pe care acestea o capătă când ajung în contact cu aerul şi care se caracterizează prin tulburare şi prin schimbarea culorii. /<fr. *casse* (http://dexonline.ro).

În engleză, corespondentul sonor *house* realizează următoarea partiţie:

– *noun*
1. a building in which people live; residence for human beings.
2. a household.
3. (*often initial capital letter*) a family, including ancestors and descendants: *the great houses of France*; *the House of Hapsburg*.
4. a building for any purpose: *a house of worship*.

5. a theater, concert hall, or auditorium: *a vaudeville house*.
6. the audience of a theater or the like.
7. a place of shelter for an animal, bird, etc.
8. the building in which a legislative or official deliberative body meets.
9. (*initial capital letter*) the body itself, esp. of a bicameral legislature: *the House of Representatives*.
10. a quorum of such a body.
11. (*often initial capital letter*) a commercial establishment; business firm: *the House of Rothschild*; *a publishing house*.
12. a gambling casino.
13. the management of a commercial establishment or of a gambling casino: *rules of the house*.
14. an advisory or deliberative group, esp. in church or college affairs.
15. a college in an English-type university.
16. a residential hall in a college or school; dormitory.
17. the members or residents of any such residential hall.
18. *Informal.* a brothel; whorehouse.
19. *British.* a variety of lotto or bingo played with paper and pencil, esp. by soldiers as a gambling game.
20. Also called ***parish***. *Curling.* the area enclosed by a circle 12 or 14 ft. (3.7 or 4.2 m) in diameter at each end of the rink, having the tee in the center.
21. *Nautical.* any enclosed shelter above the weather deck of a vessel: *bridge house*; *deck house*.
22. *Astrology.* one of the 12 divisions of the celestial sphere, numbered counterclockwise from the point of the eastern horizon.

– *verb* (*used with object*)
23. to put or receive into a house, dwelling, or living quarters: *More than 200 students were housed in the dormitory*.
24. to give shelter to; harbor; lodge: *to house flood victims in schools*.
25. to provide with a place to work, study, or the like: *This building houses our executive staff*.
26. to provide storage space for; be a receptacle for or repository of: *The library houses 600,000 books*.
27. to remove from exposure; put in a safe place.

28. *Nautical.*
a. to stow securely.
b. to lower (an upper mast) and make secure, as alongside the lower mast.
c. to heave (an anchor) home.
29. *Carpentry.*
a. to fit the end or edge of (a board or the like) into a notch, hole, or groove.
b. to form (a joint) between two pieces of wood by fitting the end or edge of one into a dado of the other.

– *verb (used without object)*
30. to take shelter; dwell.

– *adjective*
31. of, pertaining to, or noting a house.
32. for or suitable for a house: *house paint.*
33. of or being a product made by or for a specific retailer and often sold under the store's own label: *You'll save money on the radio if you buy the house brand.*
34. served by a restaurant as its customary brand: *the house wine.*

– *Idioms*
35. **bring down the house**, to call forth vigorous applause from an audience; be highly successful: *The children's performances brought down the house.*
36. **clean house**.
37. **dress the house**, *Theater.*
a. to fill a theater with many people admitted on free passes; paper the house.
b. to arrange or space the seating of patrons in such a way as to make an audience appear larger or a theater or nightclub more crowded than it actually is.
38. **keep house**, to maintain a home; manage a household.
39. **like a house on fire** or **afire**, very quickly; with energy or enthusiasm: *The new product took off like a house on fire.*
40. **on the house**, as a gift from the management; free: *Tonight the drinks are on the house.*

41. **put** or **set one's house in order**,
a. to settle one's affairs.
b. to improve one's behavior or correct one's faults: *It is easy to criticize others, but it would be better to put one's own house in order first.*

(http://dictionary.reference.com)

La *nivel pragmatic*, semnele intră în diverse relaţii cu utilizatorii. Modul în care aceştia folosesc semnele lingvistice depinde de CINE foloseşte un semn lingvistic (o persoană cu grad mai mare sau mai mic de instrucţie, un vorbitor nativ sau un străin care poate face greşeli, un vorbitor mediu sau un specialist într-un anumit domeniu, un adult, un bătrân sau un copil, o femeie sau un bărbat etc.), CE doreşte să comunice folosind acel semn (să transmită o informaţie, să facă un comentariu personal, să facă o glumă etc.), CUI i se adresează (unui vorbitor mediu, unui specialist, unui copil, unui adult, unei persoane cu probleme psihiatrice etc.), PE CE CANAL (într-o comunicare faţă în faţă, la telefon, prin intermediul unui text tipărit, la televizor), ÎN CE FORMĂ (monolog sau dialog, întrebare sau ordin, text în proză sau în versuri etc.), UNDE ŞI CÂND (locul şi momentul comunicării influenţează elaborarea mesajelor: un cadru academic, în magazin, pe stradă, la serviciu, dimineaţa sau la miezul nopţii, imediat după un eveniment trist sau după unul fericit), CU CE SCOP (pentru a pune în circulaţie o informaţie, pentru amuzament, pentru a convinge, pentru a manipula, pentru a oferi sprijin emoţional unei persoane, pentru a consilia, pentru a vindeca etc.).

În cadrul societăţii, limba îndeplineşte mai multe funcţii interferente: de etichetare (adică de identificare şi numire a obiectelor din realitate), de interacţiune (de relaţionare cu ceilalţi membri ai societăţii), de transmitere (de informaţie), de satisfacere a unor nevoi individuale şi sociale (exprimarea emoţiei, structurarea gândirii, organizarea relaţiilor interumane, rămânerea în istorie prin stocarea de informaţie, exprimarea identităţii de grup şi personale).

În procesul comunicării, oamenii recurg cel mai adesea la limbă; dar limba nu este singurul sistem de semne folosit, ci doar cel mai complex, cel mai elaborat. Se pare însă că doar 10% din informaţia transmisă este comunicată prin limbă. Alături de semnele lingvistice, în comunicare intervin elementele paraverbale şi cele nonverbale. Elementele paraverbale sunt formate din ansamblul sunetelor nearticulate, deci ansamblul emisiilor vocale percepute auditiv – altele decât vocalele şi consoanele, care se combină pentru a constitui semnele lingvistice. În categoria elementelor paraverbale intră variaţiile de intensitate ale tonului, înălţimea, viteza vorbirii, colorarea afectivă a unor enunţuri (milă, ură, dispreţ, interes, nelinişte etc.), lungimea pauzelor. Acestea transmit informaţii legate de procesarea mesajului de către vorbitor, atitudinea vorbitorului faţă de mesaj sau faţă de interlocutor, afectele subiacente comunicării, particularităţi de personalitate ale vorbitorului, rolul mai important sau mai puţin important al unei secvenţe în cadrul comunicării etc. Elementele nonverbale sunt transmise prin alte mijloace decât cele verbale şi receptate pe alte canale decât cel auditiv. Intră în această categorie mimica, mişcările ochilor, zâmbetul, poziţiile corporale, folosirea spaţiului, înfăţişarea individului în ansamblu, mirosurile etc. Elementele nonverbale se află în diverse raporturi cu comunicarea lingvistică: dublează informaţia codificată lingvistic, întărind-o (a spune „da" şi, în acelaşi timp, a da din cap în semn afirmativ), completează informaţia codificată lingvistic („Şterge praful!" – spune indicând spre birou), dezambiguizează informaţia („Pune-o aici!" – spune indicând primul raft al bibliotecii), substituie elementele verbale („Vine?" – îmi răspunse dând din cap în semn că „nu"), schimbă semnificaţia elementelor verbale („Eşti foarte inteligent!" – intonaţie, mimică, privire exprimând contrariul). În afară de faptul că reprezintă 90% din semnificaţiile transmise în procesul comunicării, elementele paraverbale şi nonverbale, care însoţesc mesajul conştient sau inconştient, sunt prioritare în decodarea semnificaţiei. Dacă vorbim cu o persoană care, în timp ce discută cu noi, se uită atentă pe monitorul computerului, avem tendinţa să considerăm că nu ne ascultă, deşi verbal ea ne asigură: „Spune, te urmăresc cu cea mai mare atenţie!"; dacă ne întâlnim pe stradă cu o cunoştinţă şi o întrebăm ce face, iar aceasta spune: „Bine, foarte bine!", tindem să credem contrariul dacă propoziţia a fost intonată descendent, fără entuziasm, dacă persoana arăta rău (palidă, cu cearcăne, prost îmbrăcată, ciufulită), iar pe faţa ei se citea tristeţea.

1.2. *Procesul comunicării. Elementele componente*

Comunicarea este un proces presupunând următoarele elemente: emiţător (vorbitor), receptor (ascultător), canal de comunicare (scris sau oral, direct sau mediat prin telefon, radio, computer etc.), cod (simbolurile şi regulile de combinare a simbolurilor, în mod particular limba în care are loc comunicarea – vezi *supra*, 1.1), context (situaţia largă în care intervine comunicarea), referent (starea de fapte din lumea reală la care se referă comunicarea). Fiecare dintre aceste elemente influenţează felul în care comunicăm.

Datele psiho-fizice ale emiţătorului se reflectă în temele abordate, concepţiile pe care le expune, atitudinea faţă de interlocutor, interesul pentru comunicare, abilităţile de folosire a limbii şi de relaţionare prin limbă, credibilitatea în faţa interlocutorilor, atracţia interpersonală etc.; datele psiho-fizice ale receptorului, abilităţile sale de percepţie şi interpretare a mesajului, capacitatea lui de a oferi un feedback superficial sau real, atracţia interpersonală, inteligenţa, memoria etc. influenţează atât mesajul vorbitorului, cât şi configuraţia de ansamblu a schimbului verbal; codul, în mod particular limba de comunicare, presupune activarea unor reguli determinate de producerea semnificaţiei, precum şi o viziune particulară asupra realităţii (vezi capitolul III); alegerea canalului – scris, de pildă – presupune absenţa elementelor paraverbale şi nonverbale, a unui feedback imediat, în timp ce

medierea mesajului prin radio, de pildă, înseamnă absenţa monitorizării vizuale, dar prezenţa elementelor auditive de tip verbal şi paraverbal; contextul presupune o multitudine de elemente, de la locul şi momentul concret în care se desfăşoară comunicarea la istoria comunicativă comună celor doi, de la factori de natură relaţională (numărul participanţilor la interacţiune, relaţiile dintre ei) la vecinătăţile strict lingvistice ale mesajului, de la determinările pasagere, tranzitorii ale mesajului la elemente constante, cum ar fi cultura, ca ansamblu al tuturor modurilor de viaţă, al reprezentărilor şi formelor de simbolizare specifice unei comunităţi (vezi capitolul I); referentul este identificat global cu tema de discuţie (se vorbeşte diferit despre gravitaţie, despre cogniţie, despre reţete de bucătărie, despre farduri, despre cărţile de poezie, despre votul uninominal etc.). Celor şase elemente componente ale procesului de comunicare li se adaugă „zgomotul", ca ansamblu al elementelor psiho-fizice care pot afecta transmiterea mesajului, îl pot distorsiona (zgomote propriu-zise, de natură fizică, dar şi distanţa, de pildă, prea mare, dintre interlocutori, neatenţia interlocutorului, oboseala vorbitorului, predispoziţii sau erori de percepţie etc.).

Mecanismele partajării de informaţie de către emiţător şi receptor au fost explicate prin trei teorii, care nu se exclud, ci se completează, evidenţiind aspecte complementare ale procesului de comunicare: teoria codului (Jakobson, 1963), teoria inferenţei (Grice, 1975), teoria relevanţei (Sperber, Wilson, 1986/1987/1995).

Conform *teoriei codului*, emiţătorul codifică un mesaj, care este decodificat de receptor în virtutea faptului că ambii (emiţătorul şi receptorul) recurg la acelaşi sistem de reguli. Cei doi stabilesc o relaţie particulară de comunicare, rezultată din interacţiunea specifică a elementelor componente ale acestui proces.

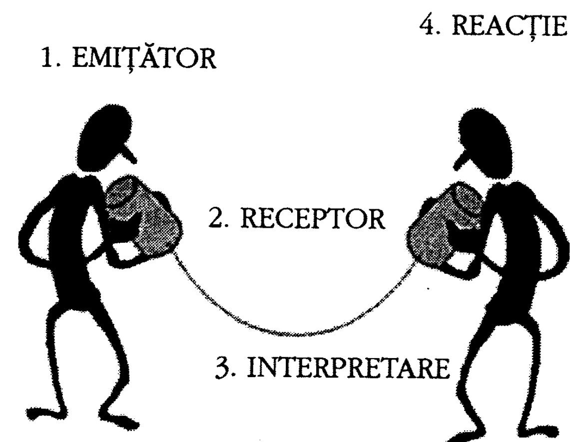


Fig. 1 – *Procesul comunicării*
(imagine adaptată după http://clinic.canterbury.ac.uk/key-skills/practice/communication/images/model.gif)

Numai că între semnificaţia literală şi semnificaţia intenţionată de vorbitor nu există întotdeauna o relaţie 1:1. Uneori, semnificaţiile pot fi doar implicate, sugerate; alteori, acelaşi enunţ poate avea semnificaţii diferite în funcţie de context; în alte situaţii, enunţuri aparent contradictorii ori paradoxale au semnificaţie dincolo de nivelul strict al combinării semnelor lingvistice. Astfel, un enunţ ca ***Ion s-a întors acasă acum o jumătate de oră*** presupune, fără a aserta literal, că „există o persoană numită Ion" care „a fost plecată de acasă" şi implică faptul că „acum Ion este acasă". Un enunţ ca ***Nu a venit nimeni*** poate funcţiona, de la un context la altul, ca simplă constatare (intru în sală şi constat că nu e venit nimeni), ca reproş (intru în sală şi-i reproşez şefului de an că nu a venit nimeni, deşi îi convocasem azi pe studenţi la o întâlnire), ca ameninţare (un hoţ pătrunde într-o bancă, paznicul încearcă să activeze alarma conectată la poliţie, hoţul şi paznicul aşteaptă privindu-se câteva minute, apoi hoţul, ameninţând cu pistolul, rosteşte enunţul respectiv), ca laudă (studenţii decid să chiulească în grup de la un seminar, iar, cu prima ocazie, când se reîntâlnesc la facultate şeful de an îşi laudă colegii spunând fraza respectivă), ca întrebare (după ce cu o oră înainte

toţi studenţii lipsiseră de la curs, profesorul spune enunţul respectiv, solicitând indirect o explicaţie pentru absenţa studenţilor). Enunţuri aparent contradictorii de tipul *Nu e bogat, e putred de bogat* conţin o diferenţă de gradare, nu de semnificaţie, în ciuda opoziţiei negativ/afirmativ care se realizează în plan textual; *şi* are valoare cumulativă în enunţul *Mănâncă mere şi pere*, dar consecutivă în *A sosit la 4 şi va pleca mai departe la 6*. Toate aceste enunţuri, în care ceea ce se spune literal este mai puţin decât ceea ce se implică, sunt înţelese de interlocutor pe baza unor mecanisme inferenţiale, a unor deducţii în care sensul literal este interpretat prin raportare directă şi imediată la contextul de comunicare. Pentru a-şi atinge scopul comunicativ, vorbitorul are posibilitatea de a alege una sau alta dintre strategiile comunicative pe care limba şi cultura sa i le pun la dispoziţie.

Acestor mecanisme, *teoria relevanţei* le adaugă nuanţarea că orice act de semnificare poartă în el garanţia relevanţei optime. Pentru a înţelege comunicarea, interlocutorii recurg la mecanisme cognitive de interpretare a stimulilor cu cea mai mare relevanţă contextuală: cu cât efectele cognitive ale procesării enunţului sunt mai semnificative pentru individ, cu atât relevanţa individuală a mesajului este mai mare; cu cât mecanismul de interpretare este mai dificil, cu atât relevanţa contextuală a semnificaţiei transmise de emiţător este mai mică. Tendinţa naturală a indivizilor este de a maximaliza relevanţa stimulilor. În baza acestor trăsături ale cunoaşterii, individul care percepe un stimul calculează efectele sale cognitive, face o selecţie a interpretărilor disponibile pentru a o alege pe aceea al cărei efect satisface relevanţa optimă, construieşte o relaţie de tipul premise-concluzii, îmbogăţeşte semnificaţia literală a enunţului cu noi semnificaţii vehiculate implicit în enunţ. Conform acestei teorii, o ironie cum ar fi *Ce deştept eşti!* este definită ca „ecou al unui gând sau al unui enunţ tacit însoţit de o atitudine disociativă"; în exemplul dat, propoziţia *Ce deştept eşti!* este ecoul dezaprobator al unui gând neverbalizat, ci doar implicat – *Eşti foarte prost!*; în contextul dat, gândul implicat apare ca interpretare relevantă în raport cu persoana spre care este îndreptată ironia şi în raport cu credinţele vorbitorului despre persoana căreia i se adresează.

1.3. *Particularităţile comunicării*

Din prezentarea de până aici rezultă principalele caracteristici ale comunicării: a) comunicarea este un sistem complex de semne – verbale şi nonverbale; b) comunicarea este un permanent proces de adaptare la sistemul de semnale al interlocutorului; c) comunicarea are două dimensiuni: dimensiunea conţinutului (ceea ce se spune, se transmite) şi dimensiunea relaţiei (forma specifică în care se transmite mesajul reflectă relaţiile dintre interlocutori); d) comunicarea este o tranzacţie (presupune transfer de informaţie între interlocutori, acţiune şi reacţie, negociere); e) comunicarea se bazează pe tranzacţii simetrice (diferenţele dintre interlocutori sunt minime) sau complementare (între interlocutori apar diferenţe semnificative, cu efect în planul comunicării); f) comunicarea este un proces circular (stimul – răspuns la stimul – stimul – răspuns la stimul... etc.), inevitabil (individul nu poate evita comunicarea deoarece, chiar şi necomunicând cu interlocutorul, îi transmite acestuia un mesaj), ireversibil (orice proces de comunicare acceptă corecţii, dar face imposibilă suprimarea lui), nerepetabil (orice act de comunicare este unic, în măsura în care se produce într-un context nerepetabil).

Comunicarea este modelată de factori multipli, aflaţi în interacţiune: patternuri cognitive, mecanisme de producere şi percepere a mesajului, variabile sociale, variabile psihologice, variabile comportamentale, variabile culturale.

Generalizând, vom spune că:

a) sistemele de comunicare sunt sisteme deschise, adică interacţionează cu mediul social şi fizic în care funcţionează;
b) procesul comunicării are o structură ierarhică, adică presupune relaţii între subsisteme şi suprasisteme;

c) sistemele sunt homeostatice, adică tind să se adapteze schimbărilor interne şi externe: o modificare de factori interni sau externi determină modificări în structura şi funcţionarea sistemului, care tinde astfel să atingă o nouă stare de echilibru;
d) sistemele sunt teleologice, adică sunt programate pentru a atinge anumite scopuri specifice.

2. Nivelurile comunicării în societate

În cadrul societăţii funcţionează şase niveluri ale comunicării, care se deosebesc, pe de o parte, prin configuraţia specifică pe care o iau elementele componente ale procesului de comunicare (vezi *supra*, 1.2), iar, pe de altă parte, prin modul particular în care se actualizează trăsăturile generale ale comunicării (vezi *supra*, 1.3).

2.1. *Nivelul comunicării intrapersonale*

Este nivelul la care, prin intermediul unui discurs reflexiv, individul comunică cu sine însuşi în scopul autocunoaşterii. Conştiinţa de sine (engl. *self-awareness*), ca rezultat al autoevaluărilor, al reflectării propriei persoane în discursul şi atitudinile celorlalţi şi al comparaţiilor sociale pe care individul le face cu ceilalţi, influenţează modul în care individul se relaţionează cu semenii prin comunicare. Dinamica *egoului*, adică a relaţiei individului cu sine şi cu ceilalţi, a fost explicată de Luft şi Ingham (1955) prin aşa-numita „fereastră Johari":

	Cunoscut sinelui	Necunoscut sinelui
Cunoscut celorlalţi	Arena	Punctul orb
Necunoscut celorlalţi	Faţada	Necunoscut

Fig. 2 – *„Fereastra Johari"*

(*Sursa*: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/2/2c/Johari_Window.PNG)

Cele patru „ferestre" delimitate în desen se constituie la intersecţia a două axe – „cunoscut/necunoscut" şi „sine/ceilalţi" – şi sunt interdependente în privinţa dimensiunilor: modificarea dimensiunilor unei ferestre implică modificări în dimensiunile celorlalte trei. Fereastra numită „Arena" se constituie la intersecţia axelor „Cunoscut sinelui" şi „Cunoscut celorlalţi", cuprinzând acele trăsături ale individului pe care atât el însuşi, cât şi ceilalţi şi/i le atribuie. Zona numită „Punctul orb" se constituie la intersecţia axelor „Cunoscut celorlalţi" şi „Necunoscut sinelui", cuprinzând trăsături ale individului de care el însuşi nu este conştient, dar care îi sunt atribuite de ceilalţi. Zona numită „Faţada" se constituie la intersecţia axelor „Necunoscut celorlalţi" şi „Cunoscut sinelui", cuprinzând acele trăsături ale personalităţii pe care individul le lasă să transpară în interacţiunile sociale, presupunând însă şi altele, ascunse, nearătate interlocutorilor. Zona „Necunoscut" se constituie la intersecţia axelor „Necunoscut sinelui" şi „Necunoscut celorlalţi", cuprinzând acele elemente in-/subconştiente de personalitate[1].

1. Autorii propun autocaracterizarea şi caracterizarea personalităţii indivizilor pe baza unui set de 52 de adjective (pentru această listă, vezi http://en.wikipedia.org/wiki/Johari_window).

Calităţile de comunicator ale individului depind de dimensiunile corelate ale acestor ferestre. Cu cât zona cunoscută sinelui este mai mare (linia verticală se deplasează spre dreapta), cu atât individul are abilităţi mai mari de relaţionare datorită autocunoaşterii şi capacităţilor de automonitorizare a comportamentelor comunicative; cu cât zona necunoscută sinelui este mai mare (linia verticală se deplasează spre stânga), capacităţile de relaţionare, de automonitorizare şi de control comunicativ sunt mai scăzute; cu cât zona cunoscută celorlalţi este mai mare (linia orizontală se deplasează în jos), cu atât individul are deschidere comunicativă mai mare, prezintă flexibilitate comunicativă, dar este, în acelaşi timp, vulnerabil; cu cât zona necunoscută celorlalţi este mai mare (linia orizontală se deplasează în sus), cu atât individul este mai taciturn, secretos, enigmatic, închis, dar vulnerabil într-o măsură mai mică.

2.2. *Nivelul comunicării interpersonale*

Este nivelul la care individul interacţionează cu semenii de pe poziţii „personale", adică prin contact direct. Un grad relativ de cunoaştere reciprocă le permite interlocutorilor să facă predicţii şi să aibă expectaţii în legătură cu interlocutorul. Interactanţii îşi modelează personalităţile prin comunicare în funcţie de modul în care se raportează direct unul la celălalt. Scopul interacţiunilor la acest nivel este deopotrivă cunoaşterea de sine şi cunoaşterea celuilalt.

Comunicarea interpersonală este, în fapt, un proces ce evoluează de-a lungul unui continuum având la un capăt comunicarea impersonală, iar la celălalt, comunicarea intimă (foarte personală).

Comunicarea impersonală are ca input identitatea socială a individului, datele sociale care îl caracterizează (apartenenţa la o anumită etnie, la un anumit grup social etc.); adeseori, aceste date sociale se reduc la stereotipuri. Puterea explicativă a comportamentelor este scăzută, în sensul că interlocutorii pot face predicţii limitate unul despre celălalt şi au o capacitate redusă de a explica şi motiva acţiunile celuilalt; interacţiunea se bazează pe reguli sociale. Comunicarea intimă are ca input identitatea personală a individului, datele psihologice individuale, elementele care îl diferenţiază pe individ de grup; puterea explicativă a comportamentelor este crescută în măsura în care o bună cunoaştere a interlocutorilor permite predicţii şi explicaţii cu grad ridicat de acurateţe în legătură cu celălalt; interacţiunea se bazează pe reguli cu caracter individual, rezultate din negocierea directă dintre interlocutori de-a lungul întregii lor istorii conversaţionale. Între cele două extremităţi ale continuumului se află diverse grade de cunoaştere interpersonală.

Relaţiile interpersonale au fost explicate ca un proces cu şase etape şi două faze fiecare (vezi DeVitto, 1994, p. 207):

1. *etapa de contact*: a) faza perceptuală (interactanţii se percep vizual, fără a interacţiona verbal); b) faza interacţională (interactanţii interacţionează verbal);
2. *etapa de implicare în relaţie*: a) faza de testare a interlocutorului şi a relaţiei; b) faza de intensificare a relaţiei, de creştere a gradului de implicare în relaţie;
3. *etapa de intimitate a relaţiei*: a) faza angajamentelor verbale dintre interactanţi; b) faza acţiunilor sociale care certifică angajamentele verbale;
4. *etapa de deteriorare a relaţiei*: a) faza deteriorării intrapersonale, când individul are sentimentul unei relaţii care „nu merge"; b) faza deteriorării interpersonale, când interactanţii îşi discută deschis nemulţumirile, interacţiunea luând forma conflictului verbal;
5. *etapa de reparare a relaţiei, facultativă*: a) faza intrapersonală, constând în analiza individuală a relaţiei şi dorinţa de revenire în relaţie; b) faza interpersonală, constând în repararea relaţiei prin discuţii cu interlocutorul;
6. *etapa de disoluţie a relaţiei*: a) faza interpersonală a disoluţiei, când cel puţin una dintre părţi decide să iasă din relaţie şi comunică acest lucru; b) faza socială a disoluţiei, constând în separarea totală sau parţială a interactanţilor.

Procesul constituirii relaţiilor interpersonale este bidirecţional, în sensul că interactanţii se pot mişca în ambele direcţii în construirea relaţiei: pot avansa la o nouă etapă, pot sta pe loc sau se pot întoarce la o etapă anterioară; ciclic, în sensul că pot exista perioade de intensificare sau de răcire a relaţiei; opţional, în sensul că interactanţii pot părăsi relaţia în cadrul fiecărei etape; variabil, în sensul că durata unei etape/faze este variabilă.

Fără a fi contradictorii, ci acordând importanţă unor factori diferiţi, mai multe teorii au încercat să explice dinamica relaţiilor interpersonale.

Teoria penetraţiei sociale (Altman, Taylor, 1973) descrie relaţiile interpersonale în termenii unui set de teme pe care interactanţii le abordează şi ai profunzimii cu care discută fiecare dintre aceste teme. Numărul de teme comune reprezintă extensiunea relaţiei, iar profunzimea cu care acestea sunt abordate conferă relaţiei gradul de intensitate. Cu cât numărul de teme şi gradul de profunzime sunt mai mari, cu atât relaţia este mai avansată, mai personală, mai intimă. Progresia relaţiei presupune creşterea numărului de teme abordate şi sporirea gradului de intensitate; regresia relaţiei presupune scăderea numărului de teme şi a gradului de profunzime. Diagramele de mai jos reprezintă astfel de configuraţii: relaţia interpersonală reprezentată în (a) este mai slabă decât cea reprezentată în (b), iar cea reprezentată în (b) este mai slabă decât cea reprezentată în (c):

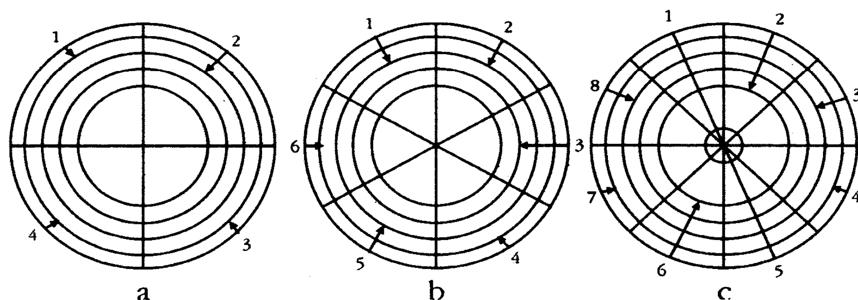


Fig. 3 – *Teoria penetraţiei sociale*

Teoria atracţiei interpersonale (Berscheid, Walster, 1969) explică constituirea şi evoluţia relaţiilor dintre indivizi în termenii atracţiei biologice dintre aceştia, pe baza unor aprecieri subiective de tipul *a iubi/a urî, a plăcea/a displăcea.* În ciuda caracterului subiectiv al acestor aprecieri, se pare că există câteva prototipuri universale. Atracţia interpersonală este determinată de mai mulţi factori[1]: atracţia fizică; proximitatea fizică sau psihică; familiaritatea; similaritatea; reciprocitatea; ranforsările.

Teoria schimbului social (Homans, 1958) face predicţia că individul are tendinţa de a dezvolta relaţii interpersonale în urma cărora poate obţine beneficii, calculând profitul în termeni economici: *profit = beneficii – costuri.* Conform acestei teorii, pentru a stabili şi a întreţine o relaţie, individul are nevoie de o motivaţie confom „piramidei nevoilor umane" a lui Maslow (*A Theory of Human Motivation*, 1943):

1. Vom defini în continuare factorii care determină atracţia interpersonală. *Atracţia fizică* este determinată de idealul de frumuseţe masculină/feminină din cadrul unei societăţi, la un moment dat; *proximitatea fizică sau psihică* desemnează apropierea fizică sau psihică dintre interactanţi (persoanele care locuiesc sau lucrează mai aproape una de alta au şanse mai mari de atracţie reciprocă; persoanele care împărtăşesc idei asemănătoare au şanse mai mari de a fi atrase una de cealaltă); *familiaritatea* reprezintă obişnuinţa indivizilor unul cu altul, creată în urma unor întâlniri frecvente (atracţia dintre persoane este direct proporţională cu frecvenţa cu care se întâlnesc – altfel spus, „Ochii care nu se văd se uită"); *similaritatea* reflectă asemănările percepute de interactanţi (gradul de atracţie interpersonală este cu atât mai mare cu cât asemănările percepute – idei, reprezentări, valori, atitudini – sunt mai mari); *reciprocitatea* este tendinţa indivizilor de a avea sentimente reciproce unul faţă de altul (sentimentele indivizilor tind să fie reciproce, în sensul că orice om preferă compania aceluia în prezenţa căruia trăieşte experienţe emoţionale pozitive); *ranforsările* reprezintă condiţionarea unui răspuns de coprezenţa unui stimul, întărirea unui comportament prin mâncare, laude, bani, promovare etc. (indivizii par atraşi de cei care le oferă recompense).

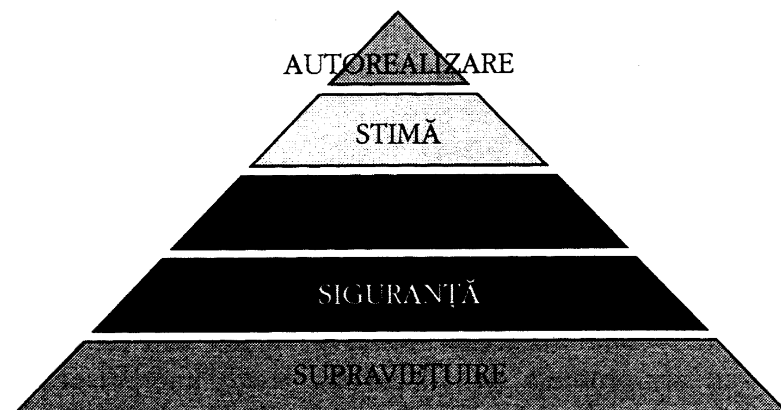


Fig. 4 – *Piramida nevoilor umane* (*Maslow*)

Având ca fundal ecuaţia profitului şi „piramida nevoilor umane", individul compară în permanenţă relaţia lui cu alte relaţii de acelaşi tip, între alte alternative de relaţii, decizând asupra intrării în relaţie, a menţinerii sau a părăsirii ei.

Teoria echităţii (Adams, 1965) stipulează că decizia indivizilor de a continua sau de a ieşi dintr-o relaţie rezultă din compararea echităţii relaţiei: indivizii decid să continue relaţia atunci când o percep ca fiind echitabilă în termenii raportului investiţii/rezultate; indivizii decid să iasă din relaţie atunci când relaţia este percepută ca neechitabilă în termenii raportului investiţii/rezultate. Cu alte cuvinte, când se percep subapreciaţi sau supraapreciaţi în cadrul unei relaţii, indivizii tind să restabilească echilibrul.

Teoria evitării incertitudinii (Berger, Calabrese, 1975; Gudykunst *et al.*, 1988). Procesul de cunoaştere interpersonală a fost explicat prin tendinţa interlocutorilor spre reducerea treptată a incertitudinii, adică a necunoscutelor care există între interactanţi în primele momente ale interacţiunii. Pe măsură ce interlocutorii interacţionează, incertitudinile scad; cei doi pot face predicţii din ce în ce mai exacte în legătură cu comportamentele celuilalt şi pot găsi motivaţii tot mai precise pentru comportamentele celuilalt. Eficienţa comunicării depinde de capacitatea individului de a gestiona situaţiile pe care le percepe ca fiind nesigure, generatoare de anxietate, de a elabora strategii adecvate de reducere a incertitudinii şi anxietăţii.

Teoria adaptării comunicative (Giles, 1973) concepe comunicarea ca un proces continuu de adaptare situaţională reciprocă a interlocutorilor, prin adoptarea unor strategii sociolingvistice şi atitudinale care să le permită obţinerea unor rezultate eficiente. Adaptarea apare ca o formă de armonizare a vocilor comunicative.

Conform *teoriei comunicării tranzacţionale* (Berne, 1964), indivizii interacţionează adoptând una dintre cele trei ego-stări posibile: adult, părinte, copil. În starea de adult, individul se poartă, simte, gândeşte răspunzând adaptat stării curente, în urma evaluării obiective şi eficiente a situaţiei, ca urmare a experienţei acumulate. În starea de copil, individul se întoarce la modul de a se comporta, a simţi, a gândi specific copilăriei. În starea de părinte, individul imită inconştient comportamente ale părinţilor sau ale adulţilor pe care în copilărie le-a perceput ca eficiente.

2.3. *Nivelul comunicării organizaţionale*

Este nivelul la care individul acţionează ca membru al unei organizaţii (instituţie, grup de interese, corporaţie etc.) şi interacţionează de pe poziţia de rol, cu scopul de a rezolva problemele personale sau cele survenite în cadrul organizaţiei[1]. În organizaţii, comunicarea poate fi internă (comunicarea între membrii aceleiaşi organizaţii) sau externă (între organizaţii). Se spune că o bună comunicare (internă şi externă) susţine eficient o organizaţie.

Poziţia de rol presupune ocuparea unui loc determinat în cadrul grupului, din care decurg obligaţii stipulate prin reguli

1. Pentru o sinteză privind comunicarea de grup, vezi Hartley (1993) şi Hargie (1997).

specifice, implicite sau explicite, precum și anumite costuri pentru încălcarea regulilor; de asemenea, presupune existența unor reguli formale de acțiune și comunicare, generate de ierarhia stabilită în cadrul grupului. De aceea, în cadrul organizațiilor se face distincția între comunicarea formală și comunicarea informală, comunicarea pe orizontală și comunicarea pe verticală (de la inferior la superior, de la superior la inferior).

Relațiile dintre indivizi sunt modelate de scopul lor comun, presupunând similarități de interacțiune și gândire, în ciuda diferențelor individuale. Fiecare membru al grupului ocupă un loc anume în cadrul organizației (are sarcini individuale precise), îndeplinește anumite funcții în menținerea coeziunii de grup[1] și în construirea relațiilor interpersonale[2], adoptă un stil de interacțiune în cadrul grupului[3], constituindu-se în felul acesta rețele de

1. În menținerea coeziunii de grup indivizii pot îndeplini diverse roluri: unii dintre membrii organizației au rolul de a propune idei și scopuri noi, alții de a căuta informații, de a solicita opinii, alții de a prezenta informații, de a exprima opinii, alții de a dezvolta idei și strategii, de a coordona activități, de a sintetiza și de a da orientarea optimă grupului, de a evalua activitatea organizației, de a stimula grupul și de a-l atrage în noi activități, de a asigura baza materială, de a consemna activitatea grupului.
2. În construirea relațiilor interpersonale indivizii pot avea diverse roluri: unii încurajează activitățile de grup și gândirea pozitivă a membrilor acestuia, alții armonizează relațiile de grup mediind diferențele, alții fac compromisuri pentru a rezolva conflictele, alții mențin deschise canalele de comunicare, alții propun standardele, alții își asumă statutul de observator și comentator al activităților grupului, iar alții au o atitudine pasivă, acceptând și urmând direcțiile impuse.
3. În privința stilului de interacțiune, există patru categorii de indivizi: indivizii cu orientare socioemoțională pozitivă (manifestă solidaritate de grup, tendință spre acord cu membrii grupului, sunt detensionați), indivizii cu orientare socioemoțională negativă (manifestă tendință spre dezacord, antagonism, sunt tensionați), indivizi care adoptă perspectiva răspunsului (dau sugestii, informații, oferă opinii și răspunsuri) și indivizii care adoptă perspectiva întrebării (cer informații, opinii, sugestii).

comunicare bine determinate. Poziția ocupată de individ în cadrul grupului îi oferă acestuia resurse comunicative clare.

Activitățile comunicative în care se angajează membrii organizațiilor sunt diverse: a da sarcini de lucru, a identifica și analiza probleme, a adopta soluții, a consilia, a face interviuri de angajare, a evalua activitățile, a crea motivații, a rezolva conflicte, a genera idei (*brainstorming*), a se afirma, a dobândi informații, a socializa, a organiza/conduce/participa la discuții, dezbateri, ședințe.

Un loc important în cadrul organizației îi revine liderului, care exercită controlul asupra membrilor grupului prin mecanismul puterii[1]. Comunicarea este principala formă de manifestare a puterii în cadrul organizațiilor, alături de sistemul instituționalizat al recompenselor și pedepselor[2].

1. Se spune că un individ *A* are putere asupra lui *B* atunci când *A* poate să influențeze și să determine comportamentele lui *B*. Există mai multe forme de putere: *puterea referentului* se exercită datorită dorinței membrilor grupului de a se identifica cu deținătorul puterii; *puterea legitimă* se manifestă atunci când indivizii consideră că poziția îi conferă unei persoane putere și dreptul de a o exercita; *puterea recompensei* se manifestă atunci când deținătorul puterii este și cel care le poate oferi celorlalți recompense sau le poate da sancțiuni; *puterea expertului* este deținută de individul despre care membrii grupului consideră că deține cunoștințe, informații importante, corecte etc.; *puterea discursivă* este conferită individului atunci când membrii grupului apreciază abilitatea lui de comunicare și de convingere.
2. Printre calitățile unui lider eficient se numără: onestitatea și abilitatea de a evidenția adecvat contribuțiile valoroase, capacitatea de a asculta cu atenție și a înțelege problemele personale, tactul și criticile constructive, menținerea unui echilibru între laude și sancțiuni, consecvența în acțiuni și atitudini, flexibilitatea, recunoașterea propriilor greșeli și acceptarea greșelilor altora, umorul, exemplul personal.

2.4. *Nivelul comunicării publice*

Este nivelul la care individul comunică un mesaj unui public larg, de obicei faţă în faţă (discursuri publice în Parlament, în piaţa publică etc.), uneori mediat (discursuri adresate de oficialităţi cu ocazia unor sărbători cum ar fi Anul Nou, Ziua Naţională sau cu ocazia unor evenimente, cum ar fi o catastrofă naturală, declanşarea unui război etc.). Scopurile comunicării publice sunt diverse: informare (asupra unei decizii, asupra unui punct de vedere oficial), persuadare, convingere (discursul electoral), construirea identităţii colective (felicitări cu ocazia unor sărbători ale colectivităţii).

Comunicarea publică se distinge de celelalte forme de comunicare prin următoarele caracterisitici: vorbitorul apare în faţa publicului său cu o identitate deja atribuită lui de către public, pe baza datelor la care acesta are acces (fapte, atitudini, discursuri anterioare, interacţiuni anterioare); publicul este un ascultător colectiv, cu un scop comun (ascultarea discursului), dar format din indivizi particulari (sex, vârstă, credinţe, valori, atitudini etc.), astfel încât psihologia individuală şi cea de grup interacţionează, făcând reacţiile la discurs greu predictibile; „zgomotul" care perturbă mesajul este greu controlabil, din cauza surselor multiple (zgomotul extern de pe canal, percepţiile diferite ale membrilor grupului, distanţa fizică şi psihică dintre interlocutori etc.); feedbackul poate fi atât imediat (aplauze, urale, proteste), cât şi întârziat (reacţii ale publicului după încheierea discursului); mesajul este puternic dependent de context, care orientează şi determină atât conţinutul, cât şi forma discursului; stilul discursului îmbină elemente de elaborare (presupunând etape anterioare de planificare, concepere, redactare a discursului) şi elemente de spontaneitate (oralitate), configurând un stil special, stilul oral planificat[1]; elementele nonverbale (înfăţişarea vorbitorului, mimică, gesturi, postări, folosirea spaţiului, voce, intonaţii etc.) au un rol crescut, având în vedere că acestea tind să compenseze distanţa relativ mare de interacţiune; etica discursului public este extrem de importantă, având în vedere că scopul vorbitorului este de a influenţa mase largi de oameni; discursul public este însoţit de o emoţie pozitiv-negativă de tip special, tracul, o combinaţie de teamă, reţinere şi dorinţă a vorbitorului de a fi pe placul publicului[1]; eficienţa discursului public se măsoară prin capacitatea vorbitorului de a convinge publicul, de a-l face să adere la ideile exprimate.

Discursul public se fundamentează pe câteva principii, a căror respectare îi asigură eficienţa:

a) *principiul încărcăturii informaţionale* – discursul nu trebuie să depăşească posibilităţile publicului de asimilare a informaţiei în intervalul de timp dat; este nevoie ca itemii de informaţie nouă să nu fie exagerat de mulţi, informaţia trebuie elaborată, dezvoltată, exemplificată, pentru a da publicului răgazul necesar de a o înţelege şi procesa;
b) *principiul relevanţei* – ascultătorii au tendinţa de a manifesta interes şi de a reţine acele informaţii pe care le descoperă a fi relevante pentru scopurile personale; de aceea, vorbitorul trebuie să arate publicului utilitatea informaţiilor respective pentru atingerea scopului;

---

1. Gradul în care elementele de elaborare şi cele de planificare apar în discursul unei persoane este diferit: unii vorbitori citesc discursul, alţii îmbină lectura cu adresarea liberă către public, alţii susţin un discurs liber pe baza unei scheme (scrise sau pe care o au în minte). Gradul de spontaneitate se corelează de obicei pozitiv cu efectul pe care discursul îl are asupra publicului, după cum absenţa totală a planificării se corelează negativ cu judecăţile publicului despre discurs.

1. Tracul are asupra vorbitorului un efect pozitiv (îl mobilizează pentru a produce un discurs pe care îl crede pe placul publicului) şi unul negativ (destructurează discursul); folosirea tracului în beneficiul discursului este unul dintre elementele fundamentale în dobândirea abilităţii de a vorbi în public.

c) *principiul adaptării la interlocutor* – vorbitorul trebuie să se adapteze nivelului de cunoştinţe al publicului, intereselor, atitudinilor, credinţelor sale;
d) *principiul progresiei tematice* – pentru a face discursul uşor de urmărit şi de înţeles de către public, vorbitorul trebuie să elaboreze informaţia pe principiul temă – rhemă, adică pornind dinspre datele cunoscute spre cele necunoscute publicului, de la informaţia veche spre cea nouă;
e) *principiul dobândirii de informaţie pe mai multe canale* – publicul are tendinţa de a reţine informaţia mai bine atunci când o percepe simultan pe mai multe canale (auditiv, scriptic, vizual);
f) *principiul echilibrării elementelor abstracte cu cele concrete* – publicul are capacităţi limitate în a percepe conceptele abstracte, de aceea, vorbitorul trebuie să găsească echilibrul optim între conceptele abstracte şi modalităţile de concretizare a lor;
g) *principiul persuasiunii* – vorbitorul trebuie să-şi planifice strategiile de persuadare, de convingere a publicului, pe care îl solicită să adere la ideile exprimate de el;
h) *principiul selecţiei* – publicul percepe selectiv informaţiile furnizate de vorbitor, căutând acele elemente care vin în sprijinul ideilor, credinţelor, valorilor, comportamentelor etc. personale; de aceea, vorbitorul trebuie să spună publicului său exact acele lucruri pe care publicul doreşte să le audă;
i) *principiul inoculării* – studiile empirice au demonstrat că publicul devine imun atunci când constată că vorbitorul doreşte să îi schimbe ideile, atitudinile, comportamentele;
j) *principiul schimbării* – strategiile de persuadare ale vorbitorului trebuie să ţină cont de rezistenţa publicului la schimbare; astfel, strategiile trebuie modelate în funcţie de atitudinea ostilă, indiferentă sau favorabilă a publicului faţă de temă sau faţă de vorbitor;
k) *principiul selecţiei argumentelor* – pentru convingerea publicului, vorbitorul dispune de argumente logice (fapte, cifre, raţionamente), argumente emoţionale, argumente etice (credibilitate, competenţă), mituri (credinţe străvechi ale persoanelor, proverbe, evocarea unor personalităţi mitice), pe care le poate folosi, separat sau combinat, în funcţie de valorile publicului, de tema discursului sau de scopul urmărit;
l) *principiul cooperării cu publicul* – pentru a spori efectul argumentaţiei sale, vorbitorul are posibilitatea de a atrage publicul în discurs prin întrebări directe, prin adresări directe, solicitând opinia acestuia, flatându-l etc.;
m) *charisma* – acele calităţi excepţionale cu care o persoană este dăruită, având puterea de a influenţa, de a convinge, de a inspira, de a-i atrage pe ceilalţi de partea ei – altfel spus, şarmul personal, magnetismul persoanei.

2.5. *Nivelul comunicării de masă*

Este nivelul la care are loc comunicarea mass-media, adică mediată de mijloace tehnice (radio, televizor, presă scrisă, cărţi, CD-uri, casete audio şi video) sau de convenţii de gen şi „de cadru" (proiecţia filmelor în sălile de cinematograf, concertele live, spectacolele de teatru).

Comunicarea media are următoarele trăsături definitorii: sursa mesajului nu se confundă cu emiţătorul, ci este reprezentată de o organizaţie care concepe şi transmite mesaje într-o anumită formă[1]; publicul este foarte larg şi eterogen, deci cunoaşterea lui, prin intermediul sondajelor de opinie sau al emisiunilor interactive, este o variabilă greu de controlat; rolurile de emiţător şi receptor sunt rupte unul de altul, în sensul că feedbackul este la distanţă faţă de momentul emiterii mesajului, iar activităţile celor

1. Distincţia emiţător/sursă poate fi exemplificată astfel: emiţătorul jurnalului de la ora 19.00 difuzat de PRO TV este Andreea Esca; sursa este postul PRO TV, adică instituţia care a organizat transmiterea ştirilor cu un anumit conţinut şi reflectând un anumit punct de vedere, precum şi emiterea ştirii într-un anumit format.

doi sunt practic independente[1], procesul comunicării fiind unidirecţional; mesajele, odată transmise, devin un bun colectiv, construind ceea ce McLuhan numea „satul global"; contextul social are un rol important şi determină conţinutul mesajelor, iar ancorarea în actualitate şi moda sunt condiţii majore pentru a capta şi întreţine interesul publicului. Mass-media nu reprezintă realitatea, ci îl ajută pe individ să-şi creeze propriile reprezentări.

Funcţiile comunicării mass-media sunt diverse: mass-media informează, formează opinii şi gusturi, convinge, manipulează, narcotizează (făcând publicul să creadă în realitatea reprezentărilor propuse), creează sentimentul de grup, oferă momente de divertisment şi relaxare, conferă statut şi importanţă socială persoanelor mediatizate.

2.6. *Nivelul comunicării interculturale*

Este nivelul la care are loc comunicarea dintre membrii a două sau mai multe culturi diferite. Comunicarea interculturală poate fi o formă particulară a comunicării interpersonale (atunci când interacţiunea verbală are loc între persoane provenite din culturi diferite), a comunicării organizaţionale (comunicarea în organizaţiile multinăţionale, în care lucrează persoane provenite din culturi diferite), a comunicării publice (atunci când personalităţi ale unei culturi ţin un discurs în faţa unor ascultători dintr-o altă cultură), a comunicării de masă (atunci când o organizaţie transmite un mesaj mediat membrilor unei culturi străine). Adeseori comunicarea de masă mediată tehnic a fost numită comunicare

1. Independenţa se manifestă prin faptul că receptorul alege singur canalul de radio sau de televizor, ziarul sau revista, după criterii incontrolabile de emiţător la momentul emiterii mesajului; emiţătorul nu are mijloace de control real asupra coparticipării receptorului la actul de comunicare în momentul emiterii mesajului.

internaţională. Dezvoltarea comunicării interculturale este rezultatul globalizării, adică al integrării economice, politice, sociale, religioase, culturale a unor populaţii din întreaga lume.

3. Variabile care modelează comunicarea interpersonală

Comunicarea interpersonală reprezintă principala modalitate de relaţionare în cadrul societăţii, influenţând, în proporţii variate, comunicarea la toate celelalte niveluri (vezi *supra*, secţiunea 2). Procesul comunicării interpersonale este afectat de mai multe variabile.

3.1. *Particularităţile individuale ale vorbitorului*

În procesul comunicării, fiecare individ participă cu un set de valori, atitudini, comportamente, abilităţi, caracteristici personale, determinate de situaţia de comunicare dată şi de experienţele de comunicare anterioare ale vorbitorului, de istoria comunicativă cu interlocutorul. Astfel, predispoziţiile comunicative, pe de o parte, şi situaţia de comunicare, pe de altă parte, configurează fiecare interacţiune verbală.

Automonitorizarea este capacitatea individului de a-şi ţine sub control propriul comportament verbal şi nonvebal. Automonitorizarea este direct corelată cu autocunoaştrea. Indivizii cu nivel înalt de automonitorizare sunt preocupaţi să dobândească un repertoriu larg de comportamente sociale, care să le permită adaptarea la contextul social; indivizii cu nivel scăzut de automonitorizare au un repertoriu restrâns de comportamente sociale şi nu sunt preocupaţi să şi-l dezvolte. În plan comunicativ, indivizii

cu nivel ridicat de automonitorizare îşi exprimă adecvat stările emoţionale, gestionează eficient luările de cuvânt (intervenţii verbale scurte, frecvente), au iniţiativă verbală (iniţiază frecvent teme şi conversaţii), au abilitatea de a partaja cu interlocutorul acelaşi grad de intimitate, îşi bazează persuasiunea pe argumente logice şi se folosesc de „puterea expertului" în argumentare, au gândire şi atitudine critică.

Autodezvăluirea reprezintă disponibilitatea vorbitorului de a-i da interlocutorului informaţii despre sine la care acesta nu poate avea acces direct. Autodezvăluirea presupune risc şi vulnerabilitate, dar, în acelaşi timp, contribuie la creşterea gradului de intimitate dintre interactanţi. Încrederea mutuală între interactanţi conduce la reciprocitate în cadrul relaţiei atunci când autodezvăluirea vorbitorului atrage acelaşi grad de autodezvăluire şi din partea ascultătorului (vezi şi *supra*, 2.1, „fereastra Johari").

Trăsăturile de personalitate pot fi sintetizate pe câteva axe : introvertit – extravertit, dominare – subordonare, machiavelism, implicare – reticenţă comunicativă. Introvertiţii au o activitate cognitivă mai intensă şi sunt mai puţin impulsivi şi spontani, în timp ce extravertiţii sunt impulsivi şi spontani, dar au o activitate cognitivă superficială. În plan comunicativ, extravertiţii se manifestă ca persoane vorbăreţe (vorbesc repede, mult, cu pauze scurte), au intensitate vocală ridicată, expresivitate comunicativă, abordează tematici diverse, dar generale şi puţin focalizate, au precizie în decodarea mesajelor nonverbale şi manifestă tendinţa de a păstra distanţe mari de interacţiune. Indivizii cu personalitate dominatoare au un nivel ridicat de excitabilitate şi tensiune musculară mare în sistemul vocalic, implicându-se puternic în comunicare. În consecinţă, au un stil interacţional asertiv, prezintă încredere de sine, gestionează cu siguranţă interacţiunea verbală (întrerup frecvent, vorbesc relativ mult, fac pauze verbale puţine), au tendinţa de a folosi modalizatori de certitudine, au intensitate vocală ridicată. Machiavelismul se manifestă prin tendinţa accentuată a persoanei de atingere a scopurilor personale prin manipularea celorlalţi. Persoanele cu nivel ridicat de machiavelism tind să fie detaşate şi calculate în interacţiunea cu interlocutorii, să-şi asigure independenţa în raport cu ceilalţi, recurg adeseori la flatare, pedeapsă, recompensă, înşelăciune pentru a-şi atrage interlocutorii de partea lor, nu au încredere în semeni. Implicarea şi reticenţa comunicativă reflectă dorinţa individului de a se angaja în activităţi sociale şi de a comunica. Astfel, reticenţa comunicativă se asociază cu tracul, manifestat în plan comunicativ prin ezitări, false începuturi, idei incomplet elaborate sau abandonate, contribuţii verbale scurte, constând în propoziţii simple, sărăcie lexicală, anxietate şi tensiune comunicativă, expresivitate scăzută, atitudini nonverbale de retragere (posturi „de apărare", mimică redusă, mişcări puţine ale capului şi mâinilor).

Capacităţile cognitive ale indivizilor constau în complexitatea lor cognitivă şi în gradul de anxietate şi stres cognitiv. Complexitatea cognitivă reflectă capacităţile individului de abstractizare şi disociere a stimulilor percepuţi, prin operaţii de analiză, sinteză, categorizare. În plan comunicativ, complexitatea cognitivă se reflectă prin abilităţi comunicative, tendinţa indivizilor de a vorbi despre sine, precizie în decodarea semnalelor verbale şi nonverbale, afectivitate, adoptarea unor coduri elaborate. Anxietatea şi stresul cognitiv sunt emoţii negative pe care le trăieşte individul când percepe un pericol difuz şi neprecizat ; în plan social, anxietatea comunicativă se manifestă prin dorinţa individului de a evita interacţiunea cu ceilalţi, prin incapacitatea de a gestiona eficient schimbul verbal din cauza unor raţionamente greşite şi a unor atitudini inadecvate sau defensive. Cei care manifestă anxietate în comunicare vorbesc mai repede şi evită tema prin aproximări şi lipsă de focalizare, preferă distanţele mai mari de interacţiune, fac pauze mari între secvenţe, produc fraze eliptice şi multe începuturi false, se bâlbâie, repetă cuvinte şi enunţuri.

Gradul de dependenţă/independenţă al individului se reflectă în gradul de dependenţă/independenţă contextuală şi în dorinţa individului de afiliere şi aprobare. Indivizii cu grad ridicat de dependenţă contextuală sunt atenţi la circumstanţele exterioare ale comunicării, sunt sensibili la semnalele nonlingvistice pe

care le primesc, tind să se adapteze interlocutorului, să folosească pluralul asocierii şi al empatizării (*noi*). Indivizii care manifestă dorinţă de afiliere şi aprobare în cadrul grupului tind să subordoneze interesele personale intereselor de grup, să se adapteze stilului comunicativ al interlocutorului, să-şi privească mai mult partenerii de discuţie şi să stabilească distanţe mai mici de interacţiune.

Diferenţele biologice dintre indivizi privesc sexul, vârsta, înfăţişarea, rasa, sănătatea. Femeile, comparativ cu bărbaţii, manifestă preferinţă pentru limbajul standard, corect gramatical, pun mai multe întrebări, mai ales întrebări de confirmare (*nu-i aşa?, da?*), manifestă preferinţă pentru anumite subiecte şi au tendinţa de a-şi exprima sentimentele, au gesturi şi mişcări discrete, zâmbesc mai mult, privilegiază comunicarea nonverbală, recurg mai frecvent la acte de vorbire indirecte, folosesc deseori calificări adjectivale şi adverbiale, atenuatori de expresie, cuvinte de umplutură, îşi cer frecvent scuze, îşi întrerup interlocutorii relativ rar, sunt mai puţin argumentative decât bărbaţii. Vârsta se reflectă în abilităţile lingvistice şi comunicative ale vorbitorilor, în temele de discuţie abordate, în pronunţarea cuvintelor, viteza vorbirii, intonaţie etc.; limba şi comunicarea sunt achiziţionate treptat de vorbitori, ajung la maturizare, apoi se degradează odată cu înaintarea persoanei în vârstă. Înfăţişarea individului (vezi *supra*, „Teoria atracţiei interpersonale") îi permite acestuia diverse forme de expresivitate, de influenţare a interlocutorului, de socializare. Rasa a constituit în timp obiectul unor prejudecăţi şi prejudicii rasiale, iar în anii din urmă face obiectul corectitudinii politice în limbaj. Sănătatea, abilităţile fizice ale individului predetermină libertăţile lui de relaţionare şi limbajele de care se poate servi (limbajul surdomuţilor, comportamentul nonverbal al orbilor, influenţele handicapului fizic asupra posibilităţilor de comunicare etc.), impunând adeseori bariere de comunicare.

Diferenţele de statut socioeconomic se reflectă în codul la care recurg vorbitorii. Astfel, Bernstein (1971) distinge între

coduri elaborate şi coduri restrânse. *Codurile elaborate* se bazează pe structuri gramaticale elaborate, complexe, precise, pe un vocabular bogat şi nuanţat, sunt libere de context (în sensul că receptorul nu are nevoie să facă asumpţii contextuale pentru a înţelege semnificaţia codificată prin limbă). Vorbitorul îşi exprimă intenţiile comunicative clar, elaborat, apelând în special la suport verbal şi mai puţin la elemente nonverbale. *Codurile restrânse* se bazează pe structuri gramaticale simple, economice, pe un vocabular primar, sărac, nenuanţat, sunt dependente de context (receptorul trebuie să facă multe asumpţii contextuale pentru a înţelege semnificaţia). Vorbitorul îşi exprimă ambiguu intenţiile comunicative, apelând frecvent la elemente nonverbale. În opinia autorului, vorbitorii din clasele de mijloc şi cele dinspre vârful societăţii recurg la coduri elaborate, în timp ce vorbitorii din clasele de jos recurg la coduri restrânse.

Limba folosită de vorbitori pune la dispoziţia acestora posibilităţi de expresie determinate şi reflectă totodată o viziune asupra lumii (vezi capitolul III, „Stiluri culturale de comunicare").

Diferenţe de natură paraverbală în folosirea limbii. Viteza cu care vorbesc indivizii este determinată de trăsături fizice şi de personalitate, de gradul deschiderii comunicative şi al sociabilităţii. Pauzele din vorbirea persoanelor dau indicaţii legate de competenţă, credibilitate, adaptare la interlocutor, procese cognitive, emoţii. Durata vorbirii dă indicaţii legate de tendinţele de dominare şi influenţare ale vorbitorului, despre stabilitatea emoţională, competenţa vorbitorului, trăsături de personalitate (introvertit/extravertit).

Toate aceste variabile contribuie la gestionarea propriei imagini de către vorbitor, determinând anumite reacţii din partea interlocutorului şi contribuind la stima de sine a individului[1].

1. Stima de sine reflectă corespondenţa dintre eul social perceput şi eul ideal (ca urmare a valorizărilor pozitive percepute la cei pe care îi luăm ca model de interacţiune socială).

3.2. *Particularităţile individuale ale ascultătorului*

Ascultarea este un proces complex implicând mai multe module interconectate: abilităţi individuale legate de capacitatea particulară de a înţelege şi decodifica diverse patternuri de structurare a informaţiei, inteligenţa de a procesa cuvinte, atitudini pozitive (dorinţa şi voinţa de a asculta, interesul faţă de temă şi faţă de interlocutor), capacitatea de a păstra în memoria semantică informaţia şi de a o procesa, capacitatea de a procesa conţinutul emoţional al mesajului, asociindu-l cu interpretarea informaţiei, capacitatea de a procesa informaţia prin integrarea ei în anumite scheme cognitive şi scripturi comportamentale.

Ascultarea activă presupune înţelegerea şi interpretarea adecvată a mesajului pentru a oferi interlocutorului un feedback real, constructiv. În acest proces sunt implicate deopotrivă obiectivitatea şi empatia.

Capacităţile ascultătorului de ascultare activă sunt influenţate de aceiaşi factori ca şi capacităţile de exprimare ale vorbitorului.

3.3. *Percepţia*

În receptarea şi interpretarea mesajului, un rol important îl joacă percepţia. *Percepţia* este procesul de dobândire, interpretare, selecţie şi organizare a informaţiei senzoriale primite din mediu. Percepţia se bazează pe: principiul proximităţii (stimulii aflaţi în imediată apropiere spaţială sau temporală sunt percepuţi ca entitate), principiul unităţii (individul tinde să structureze stimulii percepuţi în forma unei unităţi, să-i integreze unei structuri), principiul subiectivităţii (percepţia are caracter subiectiv, individul integrând stimulii în patternuri preexistente).

Următoarele imagini ilustrează caracterul subiectiv al percepţiei: datele senzoriale pot fi asociate în minte în mod diferit, astfel încât, în imaginea din figura 5, putem percepe două obiecte

distincte (o vază albă pe fond negru sau două feţe negre „în oglindă"):

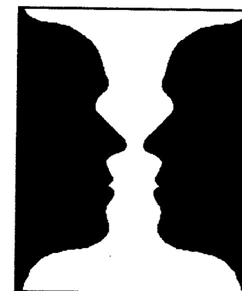


Fig. 5 – *Caracterul subiectiv al percepţiei*

(*Sursa*: http://en.wikipedia.org/wiki/Optical_illusion)

Obiectul „imposibil" din imaginea de mai jos se bazează pe o iluzie optică: un obiect bidimensional este interpretat de mintea noastră ca obiect tridimensional, inexistent în realitate. „Furca dracului" are spre vârf trei capete, dintre care cel din mijloc se pierde spre bază, fără a mai putea fi descoperit punctul din care porneşte.

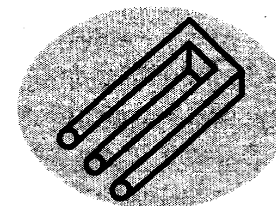


Fig. 6 – *„Furca dracului"*

(*Sursa*: http://eluzions.com/Illusions/Impossible/Trident_t.gif)

Percepţia este influenţată de factori psihologici precum: tendinţa asocierii de atribute (indivizii au tendinţa de a asocia pe aceeaşi axă atributele negative, respectiv atributele pozitive: frumos, inteligent, simpatic *vs* urât, prost, antipatic), efectul de halo (indivizii au tendinţa de a face deducţii despre obiecte şi fenomene pornind de la o anumită calitate a acestora), efectul de halo inversat (indivizii au tendinţa de a face deducţii despre obiecte şi fenomene pornind de la un defect perceput al acestora), autoprofeţia realizării (indivizii tind să se comporte în aşa fel încât să-şi confirme propriile predicţii în legătură cu un eveniment), efectul Pygmalion (tendinţa indivizilor de a vedea realitatea aşa cum este ea calificată de un interlocutor), percepţiile deformate (tendinţa unor indivizi de a vedea fie doar aspectele negative, fie doar pe cele pozitive, de a filtra realitatea prin prisma unor prejudecăţi), tendinţa generalizării primei impresii, refuzând stimulii care ar contrazice-o, consecvenţa (tendinţa indivizilor de a ignora ceea ce contrazice consecvenţa unor aprecieri pozitive/negative în legătură cu un obiect sau fenomen), stereotipurile (generalizarea atributelor de grup şi extinderea lor asupra individului).

Un rol important în cadrul percepţiei îl are construirea atributelor. *Teoria atribuirii* (Heider, 1982) prezintă procesul prin care indivizii construiesc, elaborează atribute, adică explicaţii în legătură cu cauzele care au produs un eveniment. La baza elaborării acestor atribute, adică a găsirii acestor explicaţii, stă un proces inferenţial (o serie de deducţii), expresie a spiritului ştiinţific al oricărui individ de a găsi explicaţii pentru fenomenele din lumea înconjurătoare. Deducţiile pe care le face individul în legătură cu cauzele care au produs un eveniment se plasează pe trei dimensiuni general umane: intern/extern, controlabil/incontrolabil, stabil/instabil. Pe prima dimensiune, motivaţia internă pune producerea unui eveniment pe seama unor agenţi interni individului (*E numai vina mea!*), iar motivaţia externă, pe seama unor factori exteriori individului (*Dracu' m-a pus!*). Pe cea de-a doua dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs

de factori incontrolabili, care nu stau în puterea individului (*N-am avut ce face!*), care nu pot fi modificaţi de acesta, sau de factori controlabili, asupra cărora individul poate acţiona (*A stat în puterile mele să... !*). Pe cea de-a treia dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs de factori stabili, care nu se schimbă situaţional şi care produc acelaşi efect ori de câte ori acţionează (*Aşa e de când lumea şi pământul!*), sau de factori instabili, care se schimbă situaţional şi produc efecte diferite de la o situaţie la alta (*N-am fost pe fază de data asta!*).

3.4. *Relaţia dintre vorbitor şi ascultător*

Relaţia dintre interactanţi poate fi conceptualizată de-a lungul a trei dimensiuni: formal/informal, intens/superficial, egalitate/inegalitate de putere, competitiv, ostil/cooperant, prietenos.

Comunicarea informală are ca scop principal relaţionarea, stabilirea de contacte sociale în situaţii de rutină, în care vorbitorii se cunosc şi recurg la structuri gramaticale laxe şi un lexic simplu. Comunicarea formală are ca scop principal transmiterea de informaţii şi rezolvarea de probleme în situaţii constrânse de reguli sociale şi de „etichetă", când vorbitorii recurg la structuri gramaticale complexe şi la un vocabular elevat sau de specialitate.

Gradul de intimitate dintre interlocutori este determinat de stadiul în care se află relaţia interpersonală (vezi *supra*, 2.2) şi se măsoară prin numărul temelor abordate de interactanţi şi prin profunzimea cu care acestea sunt discutate (vezi *supra*, 2.2, „Teoria penetraţiei sociale"). Este influenţat de disponibilitatea interlocutorilor de a se autodezvălui şi de a-şi baza relaţia pe reciprocitate şi mutualitate.

Puterea şi dominarea sunt exercitate de indivizi prin limbă (vezi *supra*, nota 1, p. 37). Dorinţa individului de a avea putere este determinată de nevoia personală de superioritate în plan social, prin influenţarea deciziilor celorlalţi. În cadrul relaţiilor

interpersonale există o corelaţie pozitivă între gradul de dependenţă şi putere: gradul mare de dependenţă din cadrul relaţiei îi conferă individului putere. Relaţiile dintre indivizi aflaţi în interacţiune sunt de trei feluri: simetrice (indivizii ocupă poziţii de putere simetrice), complementare (între interlocutori există diferenţe maxime de putere), tranzitorii (interlocutorii negociază relaţiile de putere, având pe rând acces la poziţii de dominare). Puterea deţinută de individ în cadrul interacţiunii se reflectă în limbă. Astfel, persoanele care deţin puterea (sau care doresc să o dobândească) sunt asertive şi argumentative, încearcă să convingă prin argumente logice, au tendinţa de a critica persoanele superioare ierarhic, folosesc un limbaj expresiv şi corect, prin intermediul căruia doresc să se facă vizibile, luările lor de cuvânt sunt relativ lungi, îşi întrerup partenerul de discuţie, au poziţii corporale relaxate şi mişcări ample.

Relaţia dintre interlocutori poate fi competitivă, ostilă, conflictuală sau cooperantă, prietenoasă, consensuală. Conflictul apare atunci când interactanţii percep scopuri incompatibile, contrare. Se manifestă prin strategii interacţionale ale diferenţierii şi distanţării interlocutorilor, ale negării şi exagerării afectelor negative, ale afirmării propriei identităţi prin negarea identităţii celuilalt. Apar frecvent acte de vorbire precum acuzaţie, reproş, ameninţare, ironizare; negaţii frecvente şi cuantificatori universali (*niciodată, deloc, toată lumea, mereu*); injurii, apelative injurioase, invective; limbaj excesiv formal sau excesiv informal; repetiţii, reveniri la subiect, şabloane, exagerări.

3.5. *Situaţia de comunicare*

Indivizii interacţionează cu semenii lor în diverse situaţii de comunicare. Acestea ar putea fi reduse la patru prototipuri fundamentale: situaţie „ideologică", situaţie „socială", situaţie „de stres", situaţie „interculturală".

În *situaţia „ideologică" de comunicare*, conţinutul, forma şi structura interacţiunii sunt constrânse de un sistem de reguli predeterminat: discursul electoral, platforma-program a unui partid, predica, şedinţa de consiliu, interpelările şi dezbaterile parlamentare. Limitările interacţionale sunt date de „ideologia grupului", de un set normativ de idei care constrâng discursurile individuale. În prim-plan trece conformitatea cu ideologia, în timp ce elementele care ţin de personalitatea vorbitorului trec în plan secundar şi se subordonează convenţiei de aderare la normă.

În *situaţia „socială" de comunicare*, interacţiunea are loc de pe poziţii de rol prealocate: la medic, la magazin, în instanţă, la şcoală. Deşi este constrâns de reguli de interacţiune, individul se poate manifesta ca personalitate independentă, cu gândire şi voinţă proprie, luând decizii în nume personal, recurgând la strategii asupra cărora are libertatea de a delibera.

În *situaţia „de stres"*, interactanţii abordează liber subiecte şi îşi concep strategii interacţionale prin adaptare permanentă unul la celălalt. De vorbă cu colegii de şcoală, o discuţie în familie, o conversaţie de socializare în sala de aşteptare la medic, reîntâlnirea cu colegii de şcoală după 25 de ani sunt astfel de situaţii în care interlocutorii interacţionează pe baza datelor individuale de personalitate, raportându-se la o istorie conversaţională comună, dinamică.

În *situaţia „interculturală" de comunicare*, interlocutorii trebuie să se adapteze unui sistem nefamiliar de semne şi simboluri, negociind nu doar tema sau accesul la cuvânt, ci chiar sistemul de comunicare. Comunicarea dintre un american şi un japonez, un francez şi un italian, un suedez şi un spaniol, un român şi un german etc. sau dintre un american şi un francez, un american şi un italian, un american şi un suedez etc. va avea configuraţii diferite (vezi capitolul IV).

3.6. *Scopul*

Când comunică, oamenii au trei scopuri fundamentale: personale (dezvoltare intelectuală, fericire personală, siguranţă personală, destindere, autorealizare etc.), familiale (dragoste, căsătorie, creşterea copiilor, desfăşurarea unor activităţi casnice etc.), sociale (căutarea prieteniei unor persoane, cooperare, competiţie, obţinerea respectului celorlalţi, afiliere la anumite grupuri etc.). Aceste scopuri generale îşi subordonează scopuri particulare, a căror diversitate poate fi redusă la scripturi comportamentale şi comunicaţionale, adică la comportamente stereotipe într-o situaţie dată. Planificarea comportamentelor verbale şi adoptarea strategiilor de comunicare asigură atingerea scopului. Prin învăţare şi experienţe sociale diverse, individul dobândeşte abilitatea de a recurge la acele comportamente comunicative care îi asigură atingerea scopului.

3.7. *Stilul comunicativ individual*

Observarea comportamentelor comunicative ale indivizilor în diverse situaţii de comunicare a scos în evidenţă existenţa unor constante de-a lungul unor axe: dominant/supus, histrionic/rezervat, conflictual/neconflictual, viu/inexpresiv, calm/frenetic, atent/neatent, impresionant/nesemnificativ, deschis/închis, prietenos/ostil. Aceste axe sunt continuumuri de-a lungul cărora trăsătura se manifestă în grade diferite; comportamentul individului rezultă din combinaţia particulară a tuturor acestor axe.

Indivizii care au un stil comunicativ dominant, histrionic, viu, frenetic tind să vorbească mult, să aibă intervenţii relativ lungi, să-şi întrerupă interlocutorii, să iniţieze conversaţii şi teme, să aibă mimică bogată, mişcări ample, să fie asertivi, să folosească un limbaj expresiv, să recurgă la variaţii de înălţime a tonului şi intonaţie, să gesticuleze etc. Indivizii cu un stil conflictual, ostil tind să fie hiperargumentativi şi hiperasertivi, să proiecteze în discurs emoţii negative, să recurgă la tehnici de disociere de interlocutor şi la agresivitate verbală, să blocheze comunicarea prin diverse strategii de evitare a subiectului sau de evitare a interlocutorului. Stilul deschis se concretizează prin angajarea vorbitorului în autodezvăluiri, prin sinceritate, atitudine cooperantă, poziţii corporale deschise, susţinerea privirii interlocutorului. Stilul atent presupune ascultare activă, feedback relevant, empatizare cu interlocutorul, susţinerea comunicativă a acestuia.

3.8. *Comportamentul comunicativ*

În funcţie de situaţia de comunicare, de scopul interacţiunii, de stilul comunicativ şi de strategia particulară pentru care optează, individul se poate angaja în diverse tipuri de comportamente comunicative[1].

Comportamentul euristic a fost gramaticalizat în limbă sub forma enunţurilor interogative, iar din punct de vedere dialogic se manifestă în cadrul perechii de adiacenţă întrebare-răspuns (vezi *infra*). În funcţie de rolul structural pe care îl au, întrebările sunt de două tipuri: (i) întrebări ad-hoc, acte de vorbire în cadrul unor conversaţii/discuţii prin care se solicită interlocutorului să formuleze un răspuns, şi (ii) întrebări cu funcţie structurală în cadrul unor tipuri specializate de dialoguri, unde perechea de adiacenţă întrebare-răspuns reprezintă modul de organizare a discursului (în discursul didactic, în justiţie, în consultaţia medicală, în psihoterapie, în interviul mass-media, în interogatoriul poliţiei, în anchetele de marketing şi în sondajele de opinie, în interviul de angajare etc.).

Comportamentul de ranforsare (de întărire) se constituie ca răspuns valorizant pozitiv sau negativ al vorbitorului la o acţiune

1. Prezentarea comportamentelor comunicative a fost preluată din Vasilescu (2005, pp. 794-796).

(verbală sau nonverbală) a interlocutorului. Scopul ranforsărilor pozitive este de a încuraja comportamente viitoare similare cu comportamentul ranforsat, iar al ranforsărilor negative este de a împiedica repetarea comportamentului respectiv. Ranforsările au semnificaţie socială şi emoţională pentru interlocutor; se concretizează în forma unor acte de vorbire tipice (laude sau critici, încurajare sau interdicţie), în forma răsplatei verbale sau a sancţiunilor, a recunoaşterii meritelor celuilalt prin acte de vorbire reprezentative (*Mi-a plăcut foarte mult compunerea ta şi am să-ţi pun un zece în catalog./ Nu mi-a plăcut deloc cum ai lucrat azi, vei primi o notă mică.*), expresive (*Foarte bine! Bravo! Cea mai frumoasă lucrare!/ Să-ţi fie ruşine că iar nu ai învăţat!*), declarative (*Premiul de excelenţă se acordă doamnei învăţătoare Ionescu pentru întreaga sa activitate la catedră./ Patru. Te las corigent*). Ranforsările apar şi în conversaţia cotidiană, dar sunt mai frecvente în anumite tipuri de discurs (discursul didactic, discursul de evaluare în cadrul diverselor organizaţii, discursul publicitar în care folosirea unui produs este răsplătită cu beneficii personale etc.).

Comportamentul de susţinere (de sprijin) se concretizează în semnale pe care vorbitorul le trimite ascultătorului în legătură cu modul în care îl percepe, îl acceptă, îl susţine, oferindu-i sprijin informaţional, relaţional şi emoţional. Este un comportament cu rol esenţial în constituirea şi întreţinerea relaţiilor interumane. Formularea unor răspunsuri suficient de informative la întrebări, folosirea unor strategii ale politeţii pozitive (vezi *infra*), empatizarea cu celălalt sunt concretizări ale susţinerii comunicative pe care vorbitorul o oferă interlocutorului, dându-i sentimentul apartenenţei la grup, satisfăcându-i nevoia de cooperare, de aprobare, de apreciere.

Comportamentul reflexiv este o formă de răspuns prin care vorbitorul curent reflectă ceea ce a spus interlocutorul, marcând coparticiparea la dialog, în ciuda rolului pasiv asumat. În cadrul dialogului, poate avea diverse funcţii: a) încurajează conversaţia (vorbitorul curent îi trimite interlocutorului un semnal că îl

urmăreşte, îl lasă să continue, este interesat de ceea ce spune); b) induce o schimbare în cursul conversaţiei (vorbitorul îi solicită ascultătorului clarificări, reformulări, aprofundări, se concentrează pe anumite porţiuni din discursul interlocutorului); c) încheie conversaţia (vorbitorul reia spusele interlocutorului pentru a semnaliza dorinţa de a abandona subiectul). Printre mărcile lingvistice specifice sunt repetiţiile (parţiale sau totale), interjecţiile (*aha*; *da, da, da...*; *şi?*; *hm...*), deicticele textuale (*aşa...*; *a, acum înţeleg...*), secvenţele prin care se introduc reformulări (*adică*; *vrei să zici...*; *dacă înţeleg bine...*; *deci*), conectorii pragmatici (*ei, deci...*), secvenţele conclusive (*bun, asta a fost, ne oprim aici, următorul*).

Prin *comportamentul explicativ*, vorbitorul prezintă o problemă, pentru a o face înţeleasă de un public determinat. Explicaţiile sunt implicate în anumite profesii (discursul didactic, discursul avocaţilor, discursul asistenţilor sociali, discursurile din ghidurile turistice, discursul ştiinţific de popularizare etc.). Printre mărcile textuale ale acestui tip de comportament comunicativ se numără: structurile explicative, glosările apozitive, metaforele cu funcţii concretizatoare, enunţurile asertive, conectorii (*în primul rând..., în al doilea rând*; *pe de o parte..., pe de altă parte*; *întâi..., apoi*), demarcatorii discursivi (*vom discuta în continuare...*; *până aici am văzut cum...*; *o altă întrebare care se naşte este...*), structurile enumerative etc.

Prin *comportamentul autocentrat* (*autodezvăluirea*) indivizii se dezvăluie celorlalţi vorbind despre ei înşişi. Tip de comportament verbal constitutiv pentru anumite genuri şi specii literare/ jurnalistice (memorialistica, interviurile, CV-urile etc.), autodezvăluirea este o parte constitutivă a relaţiilor sociale în măsura în care defineşte stadiul unei relaţii (stadiu iniţial, stadiu avansat, stadiu final; relaţie pozitivă/negativă), gradul de intensitate al relaţiei (relaţie superficială/intimă) sau dă indicii asupra direcţiei pe care o va urma relaţia (constituire, continuare, disoluţie, repararea relaţiei). În comunicare, autodezvăluirile au funcţie strategică: vorbitorul îi propune interlocutorului o imagine despre

sine, pentru a o negocia pe parcursul interacţiunii verbale. Vorbitorul este constrâns în autodezvăluire de reguli ale modestiei şi de riscurile pe care le comportă dezvăluirile personale. Printre mărcile discursive specifice sunt formele verbale şi pronominale de persoana I, determinările adjectivale şi adverbiale, modalizatorii subiectivi (*părerea mea*; *zic că*; *cred că*), frecvenţa deicticelor, constituirea unor opoziţii discursive eu/ceilalţi, enunţurile metadiscursive (*dacă mi-aduc aminte*; *să-ţi spun un secret*), mărci ale afectivităţii.

Comportamentul ludic (*umorul*) este o formă de comportament comunicativ prin care vorbitorul îi solicită ascultătorului un răspuns actualizat prin elemente paraverbale (râsul) sau nonverbale (zâmbetul). Elementul distinctiv îl constituie atitudinea ludică faţă de mesaj a participanţilor la comunicare. Când atitudinea ludică este substituită de intenţii ofensatoare, umorul se transformă în ironie. Umorul are diverse funcţii în cadrul discursului: (i) vorbitorul îi solicită ascultătorului informaţie (modul în care interlocutorul răspunde la umor poate fi un indiciu al atitudinii sale în raport cu tema dialogului sau cu gradul în care îi acordă atenţie interlocutorului); (ii) vorbitorul se autodezvăluie (îi dă interlocutorului un semnal de acceptare, de cordialitate, semnalizează o atitudine pozitivă, dorinţa de afiliere, de acord); (iii) vorbitorul exercită controlul în relaţiile interpersonale (reacţia pozitivă la umorul interlocutorului este o formă de recompensă, în timp ce refuzul de a răspunde la umor poate fi expresia ostilităţii în cadrul relaţiei; prin umor se pot umple golurile comunicative, poate fi păstrat interesul interlocutorului pentru tema în discuţie, se poate anunţa schimbarea temei; umorul funcţionează uneori ca formă de obţinere a acordului/bunăvoinţei/recunoaşterii celorlalţi); (iv) vorbitorul creează un context comun de interacţiune oferind sentimentul apartenenţei la grup şi al sprijinului mutual ca formă de marcare a identităţii de grup; (v) vorbitorul urmăreşte reglarea anxietăţii în cadrul relaţiei de comunicare (eliberarea tensiunilor acumulate, ieşirea dintr-o situaţie neplăcută, ieşirea din stările de surescitare – glumele din sala de aşteptare la dentist, glumele dinaintea unui

examen etc.); (vi) vorbitorul participă la fixarea tiparelor cognitive şi a stereotipurilor (vezi, de pildă, glumele pe seama grupurilor etnice) sau le neagă (prin ieşirea din realitate în fantezie).

3.9. *Emoţia*

Există două forme principale de cunoaştere: raţiunea (cunoaşterea raţională) şi emoţia (cunoaşterea emoţională). Dacă multă vreme ele au fost puse în opoziţie, dacă Occidentul (cartezianismul european, de pildă) afirma supremaţia raţiunii, iar Orientul (confucianismul, de exemplu) pe cea a emoţiei, cercetările actuale au relevat o intercondiţionare a celor două sfere care guvernează comportamentele umane.

> Emoţiile dau semnificaţie vieţii, furnizează motivaţii importante pentru comportamentele noastre, dau culoare gândurilor şi formelor de cunoaştere. Sunt, cu adevărat, combustibilul psihologic de bază pentru creştere, dezvoltare, acţiune (Gudykunst, 2003, p. 91).

Emoţia este o stare neural-mentală subiectivă care evocă un răspuns al individului la un stimul[1]. Unele emoţii sunt considerate, în general, pozitive (amuzament, altruism, veneraţie, calm, confort, mulţumire, încredere, dorinţă, satisfacţie, euforie, extaz, bucurie, mulţumire, gratitudine, surpriză, fericire, speranţă, bunătate, dragoste, răbdare), altele negative (agitaţie, furie, angoasă, amărăciune, tristeţe, plictiseală, confuzie, depresie, durere, milă, nervozitate, dezamăgire, nemulţumire, dezgust, stânjeneală, invidie, teamă, singurătate, frustrare, durere, vinovăţie, umilinţă, gelozie, remuşcare, [auto]compătimire, egoism, ură, ruşine, îngrijorare),

1. Vom folosi termenul *emoţie* cu sensul său din antropologie, ca termen generic pentru diverse stări afective, fără a face disocierile curente din psihologie (emoţii, sentimente, pasiuni, afecte, stări etc.).

altele mixte (acceptare, trac, dor, modestie, nostalgie). Dintre acestea, cinci sunt considerate emoţii de bază, primare, în sensul că se regăsesc la toate populaţiile şi intră în structura unor emoţii complexe: furie, frică, tristeţe, dezgust, fericire. Diagrama de mai jos prezintă principalele emoţii, gradele în care se manifestă şi relaţiile dintre vecinătăţi.

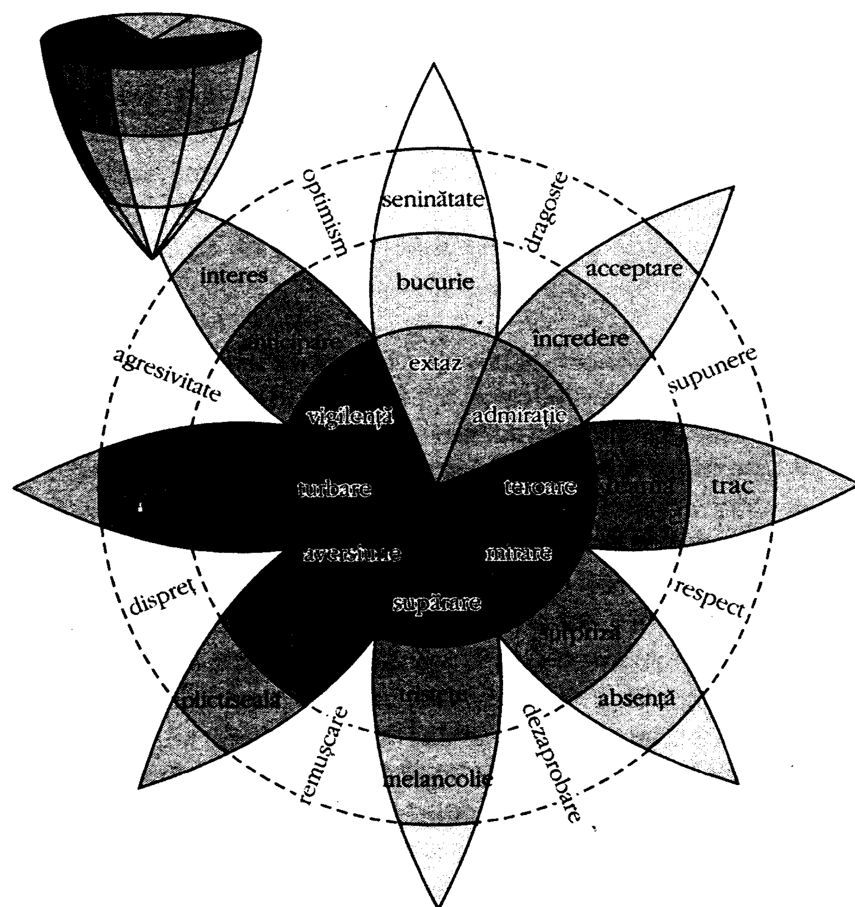


Fig. 7

(*Sursa*: http ://fergus.files.wordpress.com/2006/11/plutchikfig6.gif)

Specificul unei emoţii în raport cu alta este dat de: antecedente (factorii care o declanşează), trăsături particulare ale experienţei emoţionale, evaluare cognitivă, manifestările verbale şi nonverbale prin care se manifestă. De exemplu, frica este o emoţie negativă, ce apare ca reacţie a individului la un stimul pe care acesta îl interpretează ca potenţială ameninţare; pe baza unei inferenţe (deducţii) cognitive, individul percepe stimulul respectiv ca pericol şi trăieşte o experienţă emoţională negativă, manifestată prin anumite expresii faciale particulare şi prin anumite comportamente (de pildă, fuga, chemarea unui ajutor etc.); efectul scontat de individ este protejarea de pericol. Vinovăţia este sentimentul trăit de o persoană care regretă săvârşirea unei acţiuni, determinând retragere, lipsă de încredere în propria persoană autopercepută ca nedemnă, nemeritorie. Speranţa este sentimentul pozitiv care acompaniază încrederea unui individ în rezultatele pozitive ale unei acţiuni, funcţionând adeseori ca motivaţie de a continua acţiunea. Mândria este emoţia asociată cu un nivel ridicat al respectului de sine şi al bucuriei exacerbate pentru realizările personale sau ale grupului din care face parte individul. Surpriza este o emoţie de scurtă durată rezultată din producerea unui eveniment neaşteptat; surprizele pot fi neutre, pozitive sau negative şi deseori sunt urmate, la un interval scurt de timp, de bucurie sau teamă.

Deşi teoreticienii emoţiei sunt de acord asupra faptului că emoţiile îi ajută pe oameni să rezolve problemele fundamentale ale vieţii în cadrul societăţii, există două abordări distincte. Pe de o parte, teoriile evoluţioniste consideră emoţiile programe afective universale, biologice, înnăscute, înscrise în codul genetic al oamenilor, care au evoluat în timp şi care au funcţia de a rezolva ameninţările ancestrale şi recurente cu care se confruntă supravieţuirea („Funcţia primară a emoţiei este de a mobiliza organismul să răspundă rapid la provocările interacţiunilor interpersonale" – Ekman, 1973a, p. 171). Pe de altă parte, teoriile constructiviste susţin că emoţiile sunt răspunsuri învăţate în cadrul societăţii, construite ca parte componentă a discursului social în acord cu elemente culturale specifice precum identitatea,

moralitatea, structura socială („Emoţiile sunt un limbaj primar prin care se definesc şi se negociază relaţiile sociale ale eului în ordinea moralităţii" – Lutz, White, 1986, p. 417). Abordarea social-funcţională a emoţiei integrează teoriile evoluţioniste cu cele constructiviste, considerând că, prin procese specifice, cultura modelează emoţiile primordiale (rezultate din evoluţia genetică), producând emoţii elaborate cu ajutorul cărora oamenii rezolvă diversele probleme ale vieţii în societate.

> Emoţiile sunt o parte componentă a sistemelor prin care sunt rezolvate probleme legate de supravieţuirea fizică, de reproducere, de guvernare a grupului. Emoţiile primare cu bază biologică şi universală implică experienţa, percepţia, fiziologia şi comunicarea, rezolvând problemele survenite în contextul interacţiunilor sociale care au loc. Emoţiile elaborate reprezintă un pachet global de semnificaţii, comportamente, practici sociale şi norme construite în jurul emoţiilor primordiale în societăţi umane determinate (Keltner, Haidt, 2001, p. 207).

3.10. *Competenţa de comunicare*

Comunicarea prin limbă presupune competenţă de comunicare, adică abilitatea individului de a se adapta circumstanţelor complexe în care are loc interacţiunea, pentru a obţine eficienţă maximă în procesul de comunicare. Competenţa de comunicare include două tipuri de competenţe distincte, dar interdependente: *competenţa lingvistică* şi *competenţa pragmatică*.

Competenţa lingvistică este capacitatea înnăscută a omului de a face operaţii cu semne şi simboluri lingvistice care să-i permită achiziţionarea spontană a limbii materne; facultatea limbii constă, în mod fundamental, în creativitatea lingvistică, adică în acea capacitate înnăscută a omului de a produce şi înţelege un set infinit de enunţuri pe baza unui set finit de reguli, cu scopul de a comunica gânduri liber construite. În afară de această capacitate genetică a omului, comunicarea presupune însă şi performanţă, adică actualizarea acelui sistem abstract de reguli existente în mintea vorbitorului nativ prin enunţuri afectate de factori externi limbii şi adaptate lor (Chomsky, 1985).

Competenţa pragmatică este capacitatea individului, parţial înnăscută, în cea mai mare parte însă dobândită, de a produce mesaje adaptate în mod optim la condiţiile concrete de comunicare, cu scopul de a obţine eficienţă comunicativă maximă. Competenţa pragmatică se măsoară prin efectele pe care comunicarea le are asupra interlocutorului şi prin beneficiile comunicative ale vorbitorului.

Competenţa de comunicare presupune control, adaptare şi cooperare. Controlul, cognitiv şi operaţional, presupune abilitatea individului de a alege şi de a aplica una dintre strategiile comunicative învăţate, planificând şi autoreglând, cu flexibilitate, comportamentele comunicative în funcţie de scopul propus, integrând unităţi minimale în unităţi cu grad superior de complexitate. Adaptarea presupune capacitatea individului de a-şi adecva în permanenţă comunicarea scopului general, dar şi scopurilor parţiale, rezultatelor parţiale şi rezultatului final aşteptat, interlocutorilor, contextului general de comunicare. Cooperarea presupune acţiune asupra interlocutorului şi reacţie la comportamentele sale şi la efectele comunicării, schimb informaţional şi negociere.

Competenţa de comunicare se învaţă şi se perfecţionează prin acţiuni organizate şi coordonate, prin experienţe de comunicare variate şi repetate.

4. Structura interacţiunii verbale

În cadrul societăţii, comunicarea poate lua una din următoarele forme posibile: ***monologul*** sau ***dialogul***. În unele situaţii de interacţiune, secvenţele monologale alternează cu cele dialogale.

Când o persoană produce un mesaj, adresându-se unui public (real sau imaginar) fără a aştepta un răspuns imediat de la acesta, comunicarea ia forma monologului. *Monologul* se caracterizează prin lipsa alternanţei la cuvânt. Monologul autoadresat se numeşte *solilocviu*. În structura lui internă, orice monolog are, în esenţă, caracter dialogic prin două trăsături definitorii: dialogism[1] şi plurivocitate[2]. Orice activitate comunicativă este, în esenţa ei, dialogală, chiar dacă, la nivelul structurii de suprafaţă, apare ca monolog.

Dialogul este o practică socială având ca suport limba: o formă de comunicare între doi sau mai mulţi vorbitori (< gr. *dia*, „prin", „între" + *logos*, „vorbire"). Pentru ca un dialog să aibă loc trebuie satisfăcute următoarele reguli constitutive: a) să existe cel puţin doi participanţi la actul de comunicare; b) participanţii la dialog să se afle într-o situaţie comună de interacţiune (faţă în faţă sau într-o situaţie mediată tehnic – telefon, computer, televizor,

1. Emiţătorul îşi concepe monologul din perspectiva destinatarului potenţial; în cazul monologului oral (nu scris), emiţătorul poate monitoriza vizual şi auditiv alocutorul şi îşi poate reorganiza în permanenţă mesajul în funcţie de reacţiile observate; această trăsătură internă a discursului monologal poartă numele de *dialogism*.
2. Emiţătorul produce acte de limbaj prin creaţie şi imitaţie. El foloseşte în mod creativ limbajul, producând enunţuri personale pe baza unor reguli recursive de gramatică şi a unui vocabular, pentru a-şi exprima idei, sentimente, atitudini personale; în acelaşi timp însă, el imită acte de limbaj produse de ceilalţi oameni în împrejurări similare, deci foloseşte limba aşa cum o fac şi ceilalţi membri ai societăţii. Orice eununţ poartă în el nu doar „vocea" celui care îl produce la un moment dat, ci şi „vocea" acestuia în interacţiuni anterioare, precum şi „vocile" celorlalţi membri ai societăţii vorbind pe aceeaşi temă, în diverse momente, în diverse circumstanţe concrete. Această trăsătură internă a discursului monologal poartă numele de *plurivocitate*. Una dintre manifestările plurivocităţii este intertextualitatea, adică particularitatea unui text de a evoca alte texte (prin clişee, citate, simboluri etc.).

radio etc.), care să le permită interlocutorilor o legătură interacţională; c) între participanţii la dialog să existe interes reciproc (vorbitorul trebuie să se orienteze spre interlocutor, manifestând intenţia/dorinţa de a comunica; ascultătorul trebuie să reacţioneze la ceea ce spune vorbitorul; atât vorbitorul, cât şi ascultătorul trebuie să fie dispuşi să se angajeze în procese cognitive care implică în special memoria de scurtă durată); d) participanţii la dialog trebuie să aibă un univers comun de discurs (cunoştinţe comune despre lume, cunoştinţe contextuale comune, experienţe împărtăşite, ca bază a schimbului informaţional). Eficienţa schimbului dialogal este guvernată de următoarele principii: 1) participanţii la dialog trebuie să adopte un comportament dialogal care să permită schimbul alternativ de replici (să fie flexibili, să-şi inhibe replica proprie sau reacţiile afective atât timp cât vorbeşte interlocutorul, să cedeze cuvântul după o replică rezonabil de lungă în raport cu scopul curent al conversaţiei); 2) participanţii la dialog trebuie să aibă un comportament cooperant, în sensul că trebuie să aibă contribuţii verbale care să satisfacă scopul curent al interacţiunii (să aibă contribuţii coerente în contextul dialogal, semnalizate adecvat în planul expresiei; să manifeste preocupare pentru aceeaşi temă) (Vasilescu, 2005, p. 780).

La dialog pot lua parte doi sau mai mulţi interlocutori. Schimburile verbale cu mai mult de doi participanţi sunt, prin complexitatea lor, mai mult decât succesiuni de dialoguri cu doi participanţi. Complexitatea se manifestă în procesul constituirii universului comun de discurs, în progresia tematică, în dinamica relaţiilor dintre interlocutori: sistemul înscrierilor la cuvânt; „coaliţiile" comunicative şi configurarea subgrupurilor comunicative (cine cu cine interacţionează şi pe cine ignoră, cine pe cine susţine din punct de vedere comunicativ, cine pe cine contrazice); procesul trecerii de la statutul de vorbitor la cel de ascultător, la cel de ascultător pasiv (martor la dialog, potenţial interlocutor) sau la cel de martor la dialog, ignorat complet de vorbitor şi ascultător, fără perspective de a dobândi statut de interlocutor în comunicare.

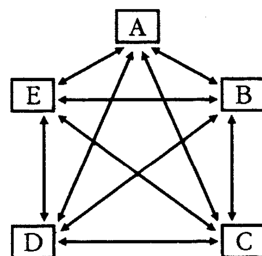


Fig. 8 – *Schimburile verbale cu mai mult de doi participanți*

Interacțiunea verbală are o organizare internă, care poate fi descrisă ca o structură ierarhică de niveluri. Unitatea minimală a comunicării este actul verbal; actele verbale se combină, formând mișcările comunicative; mișcările comunicative se includ în intervenții ale fiecărui vorbitor; două sau mai multe intervenții ale vorbitorilor formează un schimb; mai multe schimburi formează o tranzacție; tranzacțiile se relaționează în cadrul unei conversații sau discuții.

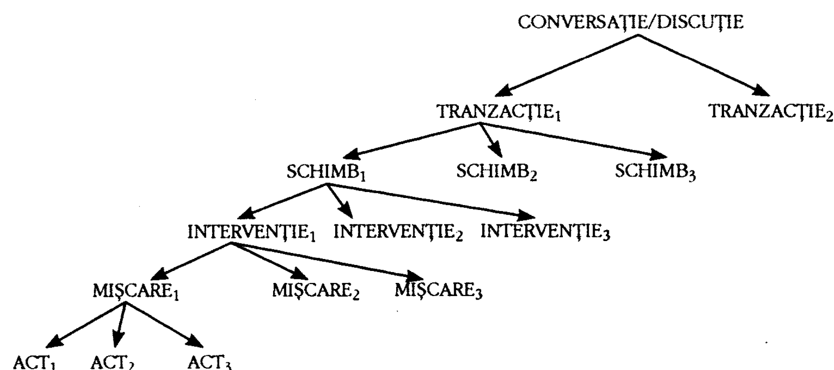


Fig. 9 – *Interacțiunea verbală*

Actul de vorbire. În procesul comunicării, oamenii acționează unul asupra celuilalt prin limbă, producând schimbări în lumea înconjurătoare. Unitatea comunicativă minimală este actul de vorbire, și anume actul performat prin utilizarea limbii în situații de comunicare concrete: secvența produsă de vorbitor cu o

anumită intenție comunicativă, într-un context determinat. Într-o situație de comunicare dată, un vorbitor produce o secvență lingvistică (componenta locuțională a actului de vorbire) cu o anumită intenție (componenta ilocuționară a actului de vorbire), urmărind producerea unor efecte asupra interlocutorului (componenta perlocuționară a actului de vorbire)[1]. Există șase tipuri

1. Actele de vorbire au trei componente: componenta locuționară, componenta ilocuționară și componenta perlocuționară. *Componenta locuționară* este rezultatul producerii unor secvențe lingvistice conforme cu regulile fonetice, gramaticale și semantice ale unei limbi date: *În clădire sunt doi oameni* este o structură care respectă regulile de combinare a fonemelor, morfemelor, cuvintelor în limba română și se asociază cu o interpretare semantică. Dacă regulile de bună formare sunt încălcate, atunci enunțul nu este corect gramatical/acceptabil. Orice enunț însă este mai mult decât o structură fonetică-gramaticală-semantică; vorbitorul produce acel enunț cu o anumită intenție, cu scopul de a acționa asupra interlocutorului său, atașând deci enunțului o forță convențională numită *forță ilocuționară*. Astfel, enunțul *În clădire sunt doi oameni* poate funcționa, în funcție de context și de intenția comunicativă a vorbitorului, ca o aserțiune (o descriere adevărată sau falsă a unei stări de fapt din lumea reală), ca un ordin indirect (vorbitorul îi sugerează portarului să-i dea afară pe cei doi intruși din clădire), ca un reproș indirect (vorbitorul îi sugerează portarului că nu ar fi trebuit să permită pătrunderea niciunui străin în clădire), ca o amenințare indirectă (vorbitorul, un bandit, îl amenință pe interlocutor că nu-i va fi greu să-l omoare dacă nu face ce îi spune). Pe baza unor inferențe, interlocutorii deduc intenția comunicativă a vorbitorului; dacă vorbitorul reușește să performeze actul de vorbire astfel încât ascultătorul să poată deduce corect intenția vorbitorului, actul de vorbire este reușit, este performat cu succes; dacă vorbitorul nu a reușit să transmită mesajul astfel încât ascultătorul să deducă intenția sa, atunci actul de vorbire este nereușit, eșuat. Ilocuția are efecte asupra interlocutorului: îl lasă indiferent, îi umple un gol cognitiv, îl determină să facă anumite acțiuni motorii, îi induce teamă etc. Efectele ilocuției reprezintă ***componenta perlocuționară*** a actului de vorbire. Din acest punct de vedere, un act de vorbire poate fi

principale de acte de vorbire: acte reprezentative, acte directive, întrebări, acte promisive (comisive), acte expresive şi acte declarative (declaraţii)[1]. Actele de vorbire pot fi performate direct

eficient (când actul de vorbire are asupra ascultătorului efectul scontat de vorbitor) sau ineficient (când scopul perlocuţionar nu este atins) (Vasilescu, 2005, pp. 798-799).

1. Prin *actele de vorbire reprezentative (asertive)* vorbitorul îşi asumă conţinutul propoziţional, în diverse grade: când spune *Astăzi sunt 2°C*, vorbitorul consideră adevărat conţinutul propoziţional al actului de vorbire. El foloseşte cuvintele pentru a descrie o stare din lumea reală pe care o crede/prezintă ca adevărată. Există diverse subclase de acte reprezentative (asertive): *afirmaţie, sugestie, insistenţă, presupunere, deducţie, plângere, reproş* etc. Prin *actele de vorbire directive* vorbitorul încearcă să-l determine pe ascultător să facă o anumită acţiune: când spune *Închide geamul!* vorbitorul doreşte să-l facă pe ascultător să acţioneze în sensul conţinutului propoziţional al actului de vorbire („a închide geamul"). El vrea/doreşte să schimbe o stare de fapte din lumea reală folosind cuvintele. Există diverse subclase de acte directive: *ordin, poruncă, rugăminte* etc. Prin *actele de vorbire întrebare* vorbitorul îi solicită ascultătorului să furnizeze un răspuns care să-i umple un gol cognitiv (de diverse tipuri, real sau pretins): *La ce oră te întorci?/ La ora 10.* Există diverse subclase de acte-întrebare: *întrebare, interogare, chestionare, informare* etc. Prin *actele de vorbire comisive (promisive)* vorbitorul îşi ia angajamentul să realizeze acţiunea specificată de conţinutul propoziţional al actului de vorbire: *Promit să nu mai întârzii* (vorbitorul îşi ia angajamentul în faţa interlocutorului „de a nu mai întârzia"). Vorbitorul îşi exprimă intenţia de a face astfel încât starea de lucruri din lumea reală să fie conformă cuvintelor sale. Subtipuri de acte promisive: *promisiune, jurăminte, angajamente* etc. Prin *actele de vorbire expresive* vorbitorul îşi exprimă atitudinea (bucurie, entuziasm, tristeţe, compasiune, admiraţie etc.) faţă de conţinutul propoziţional al actului de vorbire: *Ce frumoasă eşti!* (vorbitorul îşi exprimă admiraţia faţă de o calitate atribuită interlocutoarei, „a fi frumoasă"). Subtipuri de acte de vorbire expresive: *mulţumirile, felicitările, scuzele, condoleanţele* etc. Prin *actele de vorbire declarative* vorbitorul face o declaraţie

(acte de vorbire directe) sau indirect (acte de vorbire indirecte). Actele de vorbire indirecte sunt actele de vorbire performate prin intermediul altor acte de vorbire (purtând mărcile formale ale altor acte de vorbire). Astfel, vorbitorul poate să-i solicite ascultătorului să deschidă fereastra performând un act de vorbire direct (marcat prin sintaxa imperativă: *Deschide fereastra!*) sau indirect, prin intermediul unui act de vorbire reprezentativ/asertiv (cu sintaxă asertivă: *S-a făcut foarte cald aici!*), al unei întrebări (cu sintaxă interogativă: *Vrei să deschizi fereastra?*), al unui act de vorbire expresiv (cu sintaxă exclamativă: *Ce cald e aici!*). În comunicare, interlocutorii folosesc deseori acte de vorbire indirecte, interpretate de ascultători pe baza cunoştinţelor contextuale comune şi a competenţelor comune de comunicare.

Mişcarea conversaţională. Vorbitorii performează acte de vorbire pentru a construi schimbul verbal: pentru a-l iniţia, pentru a-l menţine, pentru a face tranziţia de la o temă la alta sau pentru a-l încheia. Actele de vorbire se integrează în mişcări conversaţionale. Mişcarea conversaţională (de iniţiere/menţinere/de tranziţie/de încheiere) poate fi simplă, alcătuită dintr-un singur act de vorbire, sau complexă, alcătuită din mai multe acte de vorbire.

Replica. Aportul conversaţional (de obicei verbal, dar şi non-verbal/paraverbal) al unui vorbitor, urmat imediat de contribuţia conversaţională a altui vorbitor reprezintă o intervenţie (replică): intervenţia (replica) lui *A*, urmată de intervenţia (replica) lui *B*, urmată de intervenţia (replica) lui *A* etc. În textele scrise, fiecare

verbală care instaurează o stare de fapt în lumea reală: spunând *Vă declar căsătoriţi*, ofiţerul stării civile instituie starea de „căsătorit" pentru persoanele spre care este direcţionat actul de vorbire. Prin cuvinte se performează o acţiune în mod convenţional. Pentru ca actul de vorbire să fie performat în condiţii de succes, trebuie satisfăcute anumite condiţii extralingvistice, instituţionale. „A declara căsătoriţi", „a boteza", „a declara război", „a declara şedinţa închisă/deschisă" sunt acte de vorbire declarative.

intervenţie (replică) este marcată printr-un semn de punctuaţie specific, linia de dialog. O intervenţie (replică) este formată de obicei dintr-o singură mişcare conversaţională (de iniţiere, de menţinere, de încheiere a conversaţiei); există însă şi situaţii în care, în cadrul unei intervenţii, vorbitorul încheie o secvenţă conversaţională şi iniţiază alta (vezi *supra*, 2.2). Intervenţia (replica) unui vorbitor poate fi formată dintr-un act de vorbire sau din mai multe acte de vorbire (vezi *supra*, 2.2). Lungimea intervenţiilor este variată: un cuvânt, o sintagmă, o propoziţie, o frază, mai multe fraze. În mod ideal, o intervenţie conţine o unitate informaţională; în realitate, nu există o relaţie 1:1 între intervenţie şi unităţile de informaţie.

Schimbul de replici. Cea mai mică unitate interactivă, alcătuită, de obicei, din două intervenţii (replici), formează un schimb de replici. Schimbul de replici este guvernat de principiul alternanţei la cuvânt. Intervenţiile care compun un schimb de replici sunt succesive, separate de obicei prin pauze care variază între câteva microsecunde şi câteva zecimi de secundă. În mod ideal, fiecare replică ar trebui să fie o unitate informaţională completă. Actualizarea schimbului de replici presupune accesul la cuvânt al interlocutorilor. Interlocutorii recurg la diverse strategii prin care „iau cuvântul", „păstrează cuvântul", „cedează cuvântul". Pentru a lua cuvântul, vorbitorul poate: (i) să înceapă pur şi simplu să vorbească pe o anumită temă; (ii) să preia cuvântul de la interlocutor prin introducerea unor mărci de validare a enunţului anterior (*ah*, *oh*, *îmm*, *da*, *ei bine*) sau a unor conectori transfrastici (*şi*, *dar*, *pentru că*, *deci*); (iii) să-şi întrerupă interlocutorul ridicând tonul, folosind cuvinte de „alertă" (*hei*, *ascultă*, *uite*) sau făcând comentarii metalingvistice (*mă scuzi că te întrerup o clipă*; *aş vrea să adaug ceva*; *lasă-mă să spun ceva*; *daţi-mi voie*; *o clipă, vă rog*; *taci tu, să spun eu!*). Pentru a păstra cuvântul, vorbitorul poate: (i) să-şi continue pur şi simplu ideea fără a-i da interlocutorului posibilitatea să intervină; (ii) să recurgă la cuvinte de umplutură pentru a-i semnala interlocutorului că nu doreşte să abandoneze cuvântul; (iii) să recurgă la repetiţii lexicale şi reformulări care îi permit planificarea mesajului fără a ceda cuvântul interlocutorului. Contururile intonaţionale non-terminale, elementele nonverbale şi paraverbale (poziţii corporale, privirea îndreptată spre interlocutor, mimica, gesturile, debitul verbal) sunt elemente care însoţesc mesajul verbal semnalând intenţia vorbitorului de a păstra cuvântul. Pentru a ceda cuvântul, vorbitorul poate: (i) să performeze anumite acte de vorbire (întrebările, directivele, scuzele, invitaţiile, ofertele sunt acte de vorbire care cer, conform principiului perechilor de adiacenţă, producerea de către interlocutor a unui răspuns la stimul); (ii) să-i dea alocutorului semnale explicite că îi cedează cuvântul (secvenţe de apel adresate interlocutorului – vocative, întrebări de confirmare); (iii) să recurgă la un contur intonaţional terminal; (iv) să tacă; (v) să-i ofere interlocutorului semnale mimico-gestuale (îl priveşte fix, îl invită prin mimică şi/sau gesturi să preia cuvântul, îşi relaxează brusc muşchii feţei etc.). Accesul la cuvânt nu este însă reglementat de reguli foarte stricte, pe de o parte, iar, pe de altă parte, semnalele angajării comunicative a vorbitorului nu sunt univoce. De aici rezultă o serie de fenomene comunicative: suprapuneri între vorbitori, sudări de replici (replici spuse de vorbitori diferiţi, alcătuind însă o singură unitate comunicativă – de exemplu, o propoziţie completă), tăceri mai lungi. Schimbul de replici se constituie după principiul acţiunii (vorbitorului) şi reacţiei (interlocutorului): întrebare – răspuns, invitaţie – acceptarea/refuzarea invitaţiei, ordin – îndeplinirea ordinului, scuze – acceptarea/respingerea scuzelor etc. Acest cuplaj de replici poartă numele de ***perechi de adiacenţă***. Primul element al perechii de adiacenţă condiţionează un anumit tip de reacţie în replica interlocutorului. Uneori schimbul (de replici) este alcătuit din trei elemente: acţiune (vorbitorul 1) – reacţie (vorbitorul 2) – ratificare (feedback dat de vorbitorul 1 vorbitorului 2).

Tranzacţia. Unul sau mai multe schimburi pe aceeaşi temă formează o tranzacţie. O temă poate fi alcătuită din mai multe

subteme. Introducerea temei depinde de cunoştinţele comune ale vorbitorilor, de gradul de cunoaştere reciprocă. Presupune adoptarea unor strategii prin care vorbitorul îşi începe interacţiunea comunicativă şi îşi pregăteşte interlocutorii pentru schimbul verbal. Temele pot fi introduse direct, prin acte de vorbire reprezentative/asertive, expresive, întrebări, sau indirect, prin elemente cu caracter pregătitor (anunţarea temei, anunţarea intenţiei de a introduce o temă). Susţinerea temei se face prin informaţii suplimentare sau prin exprimarea unor atitudini, emoţii provocate de temă. Abandonarea temei se poate face prin întreruperea schimbului verbal sau prin mărci explicite: lexicale (*bine, da, asta e, atât am avut de spus*), paralingvistice (intonaţie descendentă, pauză, râs), nonverbale (mimică, gesturi). Există conectori specifici de continuitate (*da, apropo, de, ei*) sau de discontinuitate (*dar, ba da*), de ezitare (*ăă, păi*).

Conversaţia, discuţia. Una sau mai multe tranzacţii formează o conversaţie sau o discuţie. *Conversaţia* este un dialog cu caracter neinstituţionalizat: se desfăşoară între membrii unei familii, între prieteni, colegi de serviciu în pauză, necunoscuţi pe stradă; are ca scop socializarea, cunoaşterea celuilalt, dobândirea de informaţii, autoexprimarea etc.; scopul conversaţiei este difuz şi în continuă negociere; participanţii interacţionează şi negociază semnificaţia de pe poziţii interpersonale; are grad mic de structurare tematică; se desfăşoară fără un protocol de interacţiune prestabilit. În planul expresiei lingvistice, conversaţia este de obicei informală, are grad maxim de libertate şi este deschisă tuturor opţiunilor permise de limbă în contextul de comunicare dat. Conversaţia este considerată forma prototipică de comunicare în cadrul societăţii. *Discuţia* este un dialog cu caracter instituţional: se desfăşoară într-un cadru instituţionalizat (şedinţa de redacţie, consultaţia medicală, ora didactică, interpelările parlamentare, procesele în instanţă, solicitarea de informaţii la ghişee specializate etc.); are ca scop prestabilit rezolvarea unor probleme de tip instituţional; semnificaţia este

negociată de pe poziţii de rol; are grad mare de structurare tematică şi, în mod ideal, se desfăşoară conform unui protocol de interacţiune mai mult sau mai puţin formalizat. Discuţia are de obicei caracter formal şi este constrânsă lexical şi gramatical: apar termeni de specialitate (cu accepţii tehnice diferite de cele din limba curentă, circumscrişi unor câmpuri lexico-semantice particulare), structuri sintactice fixe, recurente (*Ce doriţi?*; *Pe agenda întâlnirii de azi avem următoarele puncte*... etc.); formule de adresare specifice, incluzând titluri ştiinţifice/academice (*domnule director, domnule profesor* etc.). De-a lungul continuumului conversaţie – discuţie pot apărea forme de interacţiune hibride.

5. Mecanisme comunicative

Pentru a-şi atinge scopurile comunicative, vorbitorii folosesc limba strategic, realizând anumite corelaţii între intenţia comunicativă şi forma lingvistică. Unele semnificaţii sunt transmise literal, altele doar implicate. Alegerile discursive ale vorbitorului şi interpretarea lor de către ascultător sunt reglate prin mecanismul presupoziţiilor şi al implicaţiilor, constrânse de principiul cooperării şi de cel al politeţii (vezi Vasilescu, 2005, *passim*).

5.1. *Principiul cooperării*

În mod ideal, se presupune că participanţii la dialog sunt indivizi raţionali, capabili să identifice şi să gestioneze scopurile curente ale schimbului verbal, să facă astfel încât contribuţiile lor conversaţionale să corespundă scopului curent al conversaţiei. Comportamentele lor comunicative se raportează la un set de maxime ideale, maximele cooperării, care funcţionează ca puncte de reper

pentru interlocutori în deducerea semnificaţiei contextuale a unui enunţ[1].

Presupoziţii, implicaţii, implicaturi. O parte din informaţia vehiculată implicit în cadrul interacţiunii verbale este transmisă prin intermediul presupoziţiilor, implicaţiilor, implicaturilor. *Presupoziţiile* sunt parte constitutivă a universului comun de discurs, reprezentând precondiţii ale enunţării cu succes a unei propoziţii: o întrebare cum ar fi *Cine a plecat?* se justifică doar în condiţiile în care „cineva a plecat" (presupoziţia întrebării); aserţiunea *A venit Maria* se justifică doar în condiţiile în care „există cineva pe nume Maria"; aserţiunea *A revenit* se justifică în condiţiile în care „venise cel puţin încă o dată înainte de momentul vorbirii". Presupoziţiile se leagă de conţinutul propoziţional, de valoarea de adevăr, dar mai ales de condiţiile pragmatice (contextuale) ale actului de enunţare. În cadrul interacţiunii verbale, presupoziţiile suferă procese permanente de modificare, o dată cu fiecare nou act de enunţare. *Implicaţiile* sunt consecinţele logice ale stării de fapt asertate printr-un enunţ: *Ion a plecat* implică „Ion nu mai este aici"; *Voi citi mâine* implică „Nu citesc azi". Încălcarea maximelor conversaţionale generează *implicaturi,* adică sensuri contextuale suplimentare la care interlocutorii au acces în urma unor inferenţe făcute pe baza cunoştinţelor contextuale comune. De exemplu, la întrebarea *Cât e ceasul?* interlocutorul poate răspunde respectând maxima cantităţii şi pe cea a relevanţei: *E ora şase*; sau poate

1. *Maxima cantităţii*: cantitatea de informaţie oferită de vorbitor trebuie să satisfacă scopul curent al conversaţiei (să nu fie nici prea mare, nici prea mică). *Maxima calităţii*: informaţia oferită de vorbitor trebuie să fie adevărată (vorbitorul nu trebuie să spună lucruri pe care le crede neadevărate sau pentru care nu are dovezi). *Maxima relevanţei*: informaţia oferită de vorbitor trebuie să fie relevantă în raport cu contribuţiile comunicative anterioare ale vorbitorilor şi în raport cu scopul curent al conversaţiei. *Maxima manierei*: contribuţia comunicativă a vorbitorului trebuie să fie formulată clar, non-ambiguu, să nu fie obscură, să nu fie prolixă.

încălca aceste maxime răspunzând: *Tocmai a închis la florărie.* În aparenţă, răspunsul este nerelevant în raport cu întrebarea. Dar interlocutorul interpretează acest răspuns pe baza cunoştinţelor contextuale comune („ştim că la florărie închide la ora 6"), a principiului cooperării (vorbitorul ştie că ascultătorul se comportă ca fiinţă raţională) şi a celor patru maxime (calculând devierea de la maximele cantităţii şi a relevanţei, ascultătorul interpretează enunţul *Tocmai a închis la florărie* ca *Este ora 6*). Alteori, implicaturile sunt mai puţin dependente de contextul concret, având un caracter mai mare de generalitate: structurile interogative funcţionează adeseori ca acte de vorbire directive indirecte (*Poţi să-mi dai sarea?* = „Dă-mi sarea!"; *Vrei să deschizi fereastra?* = „Deschide fereastra!" etc.).

5.2. *Principiul politeţii*

Participanţii la comunicare dispun de două imagini comunicative/imagini publice/feţe: faţa pozitivă şi faţa negativă. Faţa pozitivă se manifestă prin tendinţa vorbitorilor de a-şi manifesta dorinţa de angajare în relaţie cu ceilalţi, atracţia faţă de ceilalţi; faţa negativă se manifestă prin tendinţa vorbitorilor de a-şi păstra un teritoriu privat, neîmpărtăşit cu ceilalţi participanţi la dialog, de a se distanţa de ceilalţi. Cele două feţe de care dispun vorbitorii se concretizează în strategii ale politeţii pozitive (sau strategii ale solidarizării cu interlocutorul), respectiv strategii ale politeţii negative (sau strategii ale desolidarizării de interlocutor). Alegerea uneia sau alteia dintre strategii este parte a unui comportament planificat, menit să contribuie la menţinerea unor relaţii interpersonale armonioase. Prin strategiile politeţii pozitive, vorbitorii accentuează relaţia de colaborare cu interlocutorul, iar prin strategiile politeţii negative, vorbitorii atenuează potenţialul agresiv al unor acte de vorbire care pot afecta dorinţa de independenţă a interlocutorilor.

Printre *strategiile politeţii negative* se numără: (i) performarea de acte de vorbire expresive (a cere scuze, a exprima regretul, a cere iertare); (ii) performarea de acte de vorbire indirecte prin care sunt diminuate constrângerile vorbitorului asupra interlocutorului, pentru a-i lăsa posibilitatea unor opţiuni (*Vrei să închizi geamul, te rog?* în loc de *Închide geamul!*), sau se evită un refuz (*Vii mâine?/ Aş veni, dar, din păcate, trebuie să merg în altă parte.*); (iii) atenuarea expresiei lingvistice prin modalizatori de incertitudine (*cred, bănuiesc, sper*), prin adverbe, pronume şi locuţiuni de aproximare (*oarecum, într-un fel, cam, cineva*) sau prin condiţional (*Aş zice să mai aşteptăm.*), prin litotă, diminutive (*Mi-ar trebui şi mie o foicică de hârtie, nu mai mult*); (iv) impersonalizarea expresiei prin folosirea verbelor impersonale, a unor verbe cu subiecte nonagentive sau a reflexivelor impersonale (*trebuie, regula este să..., ni se cere să...*); (v) reducerea la minimum a tuturor presupunerilor legate de interlocutor (prin structuri condiţionale, temporale: *Dacă vrei, pot să te ajut.*; *Când te hotărăşti, vin să facem ordine în bibliotecă.*); (vi) exprimarea deferenţei prin folosirea pronumelor de politeţe, a pluralului, a titlurilor academice (*Domnule academician, vă rog să îmi acordaţi un interviu.*); (vii) exprimarea subordonării faţă de interlocutor (*Vă rămân dator!*; *Aş fi onorat să...*); (viii) neimplicarea comunicativă (tăcerea, replici scurte, imobilitate).

Printre *strategiile politeţii pozitive* se numără: (i) performarea unor acte de vorbire expresive de tipul complimentelor, flatărilor (*Ce bluză frumoasă ai!*); (ii) folosirea de intensificatori de expresie pentru a exagera interesul faţă de interlocutor (*Te rog, atenţie la scări, sunt extrem de alunecoase!*; *Întotdeauna ai fost cel mai bun!*); (iii) folosirea mărcilor solidarităţii de grup sau ale apartenenţei la grup: persoana I plural la verb; pronumele personale şi posesive de persoana I plural; cuantificatorul *toţi*; substantive (*grupul nostru, colectivul nostru*); pluralul solidarităţii; adresarea inversă (folosirea de către vorbitor a unui termen care ar fi de aşteptat să fie folosit de către ascultător – ca în *Ce faci, mamă, acolo?*, unde substantivul *mamă* este folosit

de mama care se adresează fiicei); folosirea desemantizată a unor substantive denumind grade de rudenie: *Ce faci, soro, acolo?*; *Păi bine, frate, aşa se vorbeşte?*; (iv) empatizarea cu interlocutorul (*Te înţeleg foarte bine...*; *Ştiu ce simţi*); (v) exprimarea prin modalizatori a optimismului în raport cu interlocutorul (*Sunt sigură că vei reuşi!*; *Fără îndoială că ai dreptate!*); (vi) orientarea spre interesele celuilalt prin enunţarea unor aserţiuni cu funcţie de presecvenţe (*Ştiu că este important pentru tine să ai un răspuns cât mai repede.*); (vii) folosirea apelativelor care marchează intimitatea discursivă (numele mic) şi a persoanei a II-a a verbului (*tu*); (viii) exprimarea interesului comunicativ pentru interlocutor prin conversaţii fatice, prin operatori discursivi care îl încurajează să continue (*da, îhm*), prin volubilitate (debit verbal, gestică, mimică).

Exerciţii. Aplicaţii

1. Gândiţi-vă la o situaţie de comunicare între un animal şi un om. Descrieţi această situaţie şi caracterizaţi-o punând în evidenţă trăsăturile sale specifice.
2. Experimentele au demonstrat că maimuţele pot fi învăţate să comunice cu oamenii. Prin ce se deosebeşte această formă de comunicare de comunicarea dintre doi oameni?
3. Comentaţi următoarea afirmaţie: „Nu doar oamenii vorbesc, ci şi anumite specii de papagali".
4. Observaţi următorul semn lingvistic: (*pisică*) Demonstraţi că acest semn lingvistic este arbitrar, convenţional, constant, a suferit modificări în timp.
5. Faceţi o comparaţie între definirea termenului *pisică* într-un dicţionar al limbii române şi într-un dicţionar al unei limbi străine pe care o cunoaşteţi.

6. Faceţi o comparaţie între următoarele două texte, având în vedere atât structura textului, cât şi situaţia de comunicare:

a) Spre deosebire de câini, care pot produce doar 10 sunete diferite, pisicile pot produce până la 100 de astfel de sunete, fiecare exprimând altceva. Un „dicţionar" al sunetelor produse de pisică nu există, dar, ca şi în cazul copiilor foarte mici, ale căror sunete sau gângureli le înţelegem după un timp petrecut împreună, petrecând un timp cu pisica veţi învăţa să înţelegeţi ce îşi doreşte ea după sunetele pe care le produce. O pisică mulţumită şi relaxată va toarce. Există şi reversul – o pisică rănită foarte grav sau pe care o doare ceva va toarce pentru a se linişti. O pisică flămândă sau pur şi simplu cerşetoare va cere cu insistenţă mâncare prin mieunături prelungi; cu cât e foamea sau pofta mai mare, cu atât mieunăturile sunt mai prelungi şi mai „sfâşietoare". Ca formă de salut pentru stăpânul iubit, pisica va întrebuinţa o gamă variată de mârâituri „dulci", ca un gângurit. Aceste mârâituri „dulci" pot fi emise de către pisică şi atunci când cere sau se aşteaptă să fie mângâiată, sau când stăpânul vorbeşte cu ea. Aceste mârâituri „dulci", mult intensificate, vor fi folosite de pisica în călduri pentru a-şi atrage un eventual partener. Unele pisici în călduri, tăcute în general, îşi pot surprinde stăpânii emiţând sunete puternice, guturale, specifice. O pisică speriată de care vă apropiaţi depăşind „limita" de toleranţă va folosi un sunet specific (ca un fel de „chhhht") prin care avertizează că limita de apropiere a fost încălcată şi că, în cazul în care potenţialul agresor nu se îndepărtează, va trece la represalii. Pisicile ştiu să şi mârâie ameninţător, mai ales dacă se pregătesc să atace, pentru a-şi intimida adversarul – poziţia corporală asociată cu acest sunet este spinarea curbată, blana şi coada zbârlite şi urechile date pe spate (http://www.animalutze.com/articole/limbaj-pisica.php).

b) Mieunatul este manifestarea sonoră a pisicii; în general un *animal* discret, ea poate uneori căuta a se face remarcată mieunând ore întregi, fie pentru a cere de mâncare, fie pentru a cere să i se deschidă uşa, de exemplu. Unele rase de pisici sunt mai zgomotoase decât altele, cum ar fi siamezele. Rar, pisica emite un mieunat sacadat, de slabă intensitate, când vede o pradă la care nu poate ajunge, ca o *pasăre* sau o *insectă* în zbor, sau chiar privind o emisiune despre animale la *televizor*. Încă din primele zile de viaţă, puiul de pisică toarce în timpul suptului, iar mama îi răspunde. Ea toarce din plăcere, la fel de bine ca în suferinţă: stresată, rănită sau chiar muribundă, o auzim torcând. Cel mai des, ea toarce pentru a-şi exprima dependenţa; faţă de mamă la naştere, faţă de om mai târziu, când este bolnavă sau când este mângâiată. Regăsim acest comportament la rudele sale, marile feline, care însă torc doar în primele luni de viaţă. Torsul este produs printr-o mişcare coordonată a *glotei*, *laringelui* şi a anumitor muşchi. Aceste vibraţii sonore implicând întreg corpul sunt întâlnite la majoritatea felinelor, ca şi la alte animale, dar mecanismul lor, ca şi utilitatea, rămân de neexplicat. Se crede că această stare, ca şi somnul, ar avea un rol reparator pentru organismul pisicii. Adulte, felinele mari nu mai torc; pisica este singura care toarce sub mângâierile stăpânului: ea vede în acesta „a doua sa mamă" (http://ro.wikipedia.org/wiki/Pisic%C4%83_de_cas%C4%83).

7. Demonstraţi prin exemple particularităţile comunicării (secţiunea 1.3).
8. Amintiţi-vă de „fereastra Johari". Testaţi-vă în cadrul unui grup de prieteni/colegi: citiţi lista însuşirilor prezentată la pagina următoare şi notaţi fiecare (dumneavoastră, persoana

testată şi colegii dumneavoastră) cinci-şase adjective care vă caracterizează pe dumneavoastră (persoana testată).

Adaptabil	*Amabil*	*Cald*
Calm	*Capabil*	*Complex*
Conştient de valoarea lui	*Cu multe cunoştinţe*	*Curajos*
Darnic	*De încredere*	*Demn*
Dependent	*Emoţionat*	*Energic*
Extravertit	*Fericit*	*Grijuliu*
Idealist	*Independent*	*Ingenios*
Inteligent	*Introvertit*	*Iscoditor*
Isteţ	*Iubitor*	*Încordat*
Încrezător	*Îndrăzneţ*	*Înţelept*
Liniştit	*Logic*	*Maleabil*
Mândru	*Matur*	*Milos*
Modest	*Observator atent*	*Organizat*
Prietenos	*Prostuţ*	*Puternic*
Raţional	*Răbdător*	*Reflexiv*
Relaxat	*Religios*	*Săritor*
Se impune	*Spiritual*	*Spontan*
Timid	*Vesel*	

Adjectivele selectate atât de persoana testată, cât şi de ceilalţi vor fi plasate în zona numită „Arena". Adjectivele selectate doar de persoana testată, nu şi de ceilalţi, vor fi plasate în zona numită „Faţada". Adjectivele care nu sunt alese de persoana testată, ci doar de ceilalţi, vor fi plasate în zona numită „Punctul orb". Adjectivele care nu au fost selectate nici de persoana testată, nici de ceilalţi participanţi rămân într-o zonă necunoscută; se află aici fie pentru că nu caracterizează persoana testată, fie pentru că sunt ignorate atât de persoana testată, cât şi de ceilalţi, fie pentru că aceste caracteristici aparţin zonei subconştiente a eului. Încercaţi să vă definiţi stilul comunicativ pe baza celor rezultate din aplicarea acestui test (cu valoare strict orientativă).

Arena	Punctul orb
Faţada	Necunoscut

9. Citiţi dialogul următor şi delimitaţi etapele comunicării interpersonale, aşa cum apar acestea reflectate în text. Caracterizaţi comunicarea dintre personaje în fiecare dintre etapele delimitate, argumentând cu elemente din text.

EL: Bună... Nu ne-am cunoscut la seminarul de comunicare?
EA: Ba da. Mă mir că mă ţii minte. Am chiulit cât am putut.
EL: Şi eu. Mă enerva profesorul.
EA: De aia am chiulit şi eu. Te cheamă Radu, nu-i aşa?
EL: Da. Tu eşti Cristina, nu?
EA: De ce ai venit la cursul ăsta?
EL: Lucrez în publicitate şi am nevoie de un curs de comunicare interpersonală.
EA: Eu sunt ingineră. Şeful spune că trebuie să învăţ să comunic pentru a promova într-o funcţie de conducere.
EL: După ore mănânci în oraş sau pleci acasă?
EA: Aş mânca în oraş... Tu?
EL: Mergem împreună? Te invit...

(*La masă*)

EA: De fapt, mă simt flatată că m-ai remarcat la curs. Toate fetele din an se uită la tine.

EL: N-aş crede, dar sună bine.

EA: Serios. Ştii că multe fete vor să fie în compania ta.

EL: Poate... Eu nu sunt foarte mulţumit de mine, dar, mă rog... Azi e o excepţie, desigur.

EA: Ai replică la orice.

EL: Bine, hai să mai încerc una. Ce faci diseară? Mergem la un film? Dacă n-ai altceva mai bun de făcut...

EA: Mi-ar face plăcere. Treburile mai pot aştepta...

EL: Mulţumesc, mă bucur că vom fi împreună.

EA: Şi mie îmi face plăcere.

(*Şase luni mai târziu*)

EL: Ţi-am adus ceva.

EA: Ce?

EL: Uită-te. Sper să-ţi placă.

EA (*deschide cutia şi găseşte un inel*): E foarte frumos! De multe ori mi-am imaginat acest moment. Te iubesc.

EL: Şi eu te iubesc foarte mult.

(*El şi Ea sunt împreună de cinci ani*)

EL: Am venit!

EA: Şi eu!

EL: Miroase a chiftele?

EA: Da. Mie-mi plac foarte mult. Dacă nu-ţi plac, fă-ţi tu altceva.

EL: Bine, mersi. E minunat când vezi că cineva se gândeşte la tine. Nu pot să suport chiftelele... Mai ales de patru ori pe săptămână...

EA: Atunci du-te şi mănâncă la restaurant.

EL: M-aş duce dacă aş avea bani.

EA: Atunci taci şi mănâncă ce ţi-am pus pe masă. Mie îmi plac.

EL: Numai tu contezi... Dar eu nu contez? Dar noi?

EA: Nu mai există *noi*... după aventura ta...

EL: Ţi-am spus că îmi pare rău. Asta a fost acum şase luni. Ştiu, am greşit, îmi pare rău. Ce ai de gând acum? Ţi-am spus că-mi pare rău!

EA: Şi mie. Dar tu ai greşit, nu eu.

EL: De-aia te porţi aşa cu mine?

EA: Şi de-aia. M-ai minţit.

EL: Te-am minţit, dar te iubesc.

EA: Eu nu te iubesc. Probabil că nu te-am iubit niciodată.

EL: O să mănânc în oraş...

(*Peste două săptămâni*)

EL (*în gând*): Nu vreau să ne despărţim. Ce-aş putea face pentru asta?

EA (*în gând*): Cel mai bine ar fi să ne despărţim. Totul este foarte clar.

EL (*la telefon*): Cristina, eu sunt. Aş vrea să vorbim.

EA: Nu mai avem ce vorbi. Cel mai bine e să ne despărţim.

EL: Ai uitat cât de bine ne-am înţeles? E drept, au fost şi probleme, dar nu poţi să le uiţi?

EA: Nu, nu pot. Şi nu vreau. S-a terminat. Vom rămâne prieteni şi atât.

EL: Pot să te sun mâine? Mai gândeşte-te.

EA: Sună dacă vrei, dar n-are rost.

(*Ziua următoare*)

EL: Cristina, eu sunt. Pot să mai sper? Chiar nu mă mai iubeşti?

EA: Chiar aşa.

EL: Atunci de ce ai stat alături de mine atâta vreme? De ce n-ai plecat de la început?

EA: Nu ştiu, probabil că mi-a fost frică să fiu singură.
EL: Deci ai stat cu mine numai ca să nu fii singură? Nebunie curată! Dacă e aşa, mai bine plecai de la început! Asta mai e viaţă?
EA: Nu, nu e.
EL: Atunci e mai bine să ne despărţim. Nu avem de ce sta împreună. Probabil că vrei să-ţi găseşti pe altcineva.
EA: Nu, nu vreau. Dar e mai bine să ne despărţim.

10. Caracterizaţi modul particular în care comunică membrii organizaţiei dumneavoastră; stabiliţi corelaţii între poziţia ocupată în cadrul organizaţiei de diverşi membri şi stilul lor particular de a comunica în cadrul organizaţiei.
11. Citiţi următorul discurs, rostit în Parlament de preşedintele României şi transmis pe posturile de radio şi televiziune. Analizaţi-l din perspectiva trăsăturilor specifice comunicării publice:

DISCURSUL
preşedintelui României, Traian Băsescu,
prilejuit de prezentarea
Raportului Comisiei Prezidenţiale pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România
(Parlamentul României, 18 decembrie 2006)

Domnilor preşedinţi ai Camerelor,
Domnule prim-ministru,
Onoraţi membri ai Parlamentului României,
Distinşi invitaţi,
Dragi compatrioţi.

Ne întrunim astăzi pentru a închide, cu deplină responsabilitate, un capitol sumbru din trecutul ţării noastre. Am citit cu mare atenţie Raportul Final al Comisiei Prezidenţiale pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România.

Am găsit în acest document raţiunile pentru care pot condamna regimul comunist. Pentru cetăţenii României, comunismul a fost un regim impus de un grup politic autodesemnat ca deţinător al adevărului, *un regim totalitar născut prin violenţă şi încheiat tot prin violenţă.* A fost un regim de opresiune, care a expropriat poporul român de cinci decenii de istorie modernă, care a călcat în picioare legea şi a obligat cetăţenii să trăiască în minciună şi frică. Comisia Prezidenţială a fost înfiinţată în aprilie 2006, ca un răspuns la cererile societăţii de asumare şi condamnare a trecutului totalitar. Am considerat necesară constituirea Comisiei tocmai pentru a fundamenta intelectual şi moral actul de condamnare. Nu am dorit o simplă repudiere formală a trecutului comunist, la nivelul unor declaraţii de complezenţă. O asemenea condamnare ar fi fost neconvingătoare. Am cerut Comisiei o analiză riguroasă a componentelor sistemului totalitar, a principalelor instituţii care au făcut posibilă această tragedie, precum şi a personalităţilor implicate decisiv în sistem. Avem nevoie de o analiză aprofundată a sistemului comunist din România. Comisia a făcut acest lucru în peste 600 de pagini, lucru pentru care îi mulţumesc. Este nevoie în continuare de analize pertinente cu privire la aparatul de partid şi la structurile şi metodele Securităţii. Trebuie să avem o radiografie clară a ceea ce s-a petrecut în domeniul economic, unde o industrializare aberantă şi o economie de comandă au produs consecinţe încă vizibile. Trebuie să avem cât mai multe detalii privind colectivizarea agriculturii, strămutările forţate, prigoana împotriva celor care au rezistat, distrugerea elitelor şi a sistemului educaţional tradiţional, hărţuirea cultelor şi arestările de personalităţi religioase. Avem datele necesare condamnării fără drept de apel a regimului comunist din România. *O democraţie fără memorie este una aflată în gravă suferinţă. Nu trebuie să uităm, pentru a putea să evităm erorile trecutului.*

Concluziile Comisiei, pe care mi le însușesc, afirmă că sistemul comunist totalitar din România a fost impus prin dictat străin. Într-adevăr, a fost vorba de un regim ilegitim, întemeiat pe o ideologie fanatică, o ideologie a cultivării sistematice a urii, pentru care „lupta de clasă" și „dictatura proletariatului" simbolizau esența progresului istoric. Importată din URSS, ideologia comunistă a justificat atacul împotriva societății civile, a pluralismului politic și economic, nimicirea partidelor democratice, distrugerea pieței libere, exterminarea prin asasinat, deportări, muncă forțată, întemnițare a sute de mii de oameni. În spatele măștii „umanismului socialist" s-a ascuns cel mai profund dispreț pentru om ca individ.
Pe baza examinării literaturii analitice și a mărturiilor existente, care probează natura antipatriotică a totalitarismului comunist, putem afirma că regimul comunist din România (1945-1989) a fost *nelegitim și criminal*. Nu neg că au existat perioade de relativă acalmie și că unii oameni au crezut în sistem. Pentru copleșitoarea majoritate a populației a fost însă vorba de o existență mutilată, trăită sub teroarea directă ori indirectă și în care noțiunea de libertate își pierduse orice sens. A sosit așadar momentul să evaluăm natura și moștenirea regimului comunist. Unii au cedat tentației de a idealiza perioada lui Gheorghe Gheorghiu-Dej, uitând faptul că acesta a instaurat și a consolidat teroarea comunistă în România, cu ale sale sute de mii de morți, regimul lui Nicolae Ceaușescu venind să se instaleze pe terenul pregătit și curățat de ea. Alții au încercat să scuze ororile epocii Ceaușescu în numele pretinsului atașament față de valorile naționale. Adevărul e că acestea au fost invocate și supralicitate numai pentru a consolida puterea unui grup, prin recursul la un patriotism de paradă. Altfel spus, regimul comunist din România, un sistem totalitar bazat pe încălcarea constantă a drepturilor omului, pe supremația unei ideologii ostile societății

deschise, pe monopolul puterii exercitat de un grup restrâns de indivizi, pe represiune, intimidare, umilire și corupție. România a suferit consecințele aplicării dogmelor leniniste: industrializarea forțată, întemeiată pe un model economic vetust, care favoriza industria grea; lichidarea proprietății private, asociată cu politica brutală de colectivizare a agriculturii; nimicirea valorilor tradiționale în numele unei false modernizări sociale; controlul metodic asupra spațiului social, al vieții intime a cetățenilor (mai ales prin politica natalistă a dictaturii lui N. Ceaușescu). Sfera privată a fost astfel aproape complet anexată de către partidul-stat totalitar. Viața cotidiană în socialismul de stat era invadată de elemente propagandistice și de control dictate de partid.
În perioada dintre 1945 și 1965, dominată de Gheorghiu-Dej, a fost aplicată teza „întăririi vigilenței" și a „intensificării luptei de clasă". Atunci a fost creată Securitatea ca instituție centrală a sistemului represiv. Raportul oferă date cutremurătoare despre Gulagul românesc, cu ale sale penitenciare și lagăre de exterminare prin muncă forțată. Sighet, Aiud, Gherla, Pitești, Canalul Dunăre-Marea Neagră sunt doar câteva dintre numele de pe această veritabilă hartă a morții. Sub Ceaușescu, în pofida promisiunilor privind întărirea „legalității socialiste", a continuat demonizarea proprietății private, persecutarea credințelor și practicilor religioase, criminalizarea oricărei forme de opoziție. Nu mai puțin semnificativ, Ceaușescu și regimul său au dus la paroxism politica de persecutare a femeilor și copiilor: în urma interzicerii avorturilor și a metodelor contraceptive, orfelinatele s-au umplut de copii ale căror destine erau, pentru cea mai mare parte dintre ei, compromise din momentul nașterii. Disidența a fost strivită nemilos de cerberii regimului și instrumentul lor principal, Securitatea. Menționez aici acțiunile constante de marginalizare, compromitere și lichidare a oricăror forme de gândire și

acţiune liberă: persecuţia mişcării iniţiate şi conduse de Paul Goma, cea mai importantă acţiune de protest colectiv împotriva încălcării drepturilor omului; arestările şi prigoana în rândurile muncitorilor mineri care au declanşat greva din vara anului 1977, sălbatica persecuţie a lui Vasile Paraschiv şi a altor activişti angajaţi în lupta pentru sindicate libere, distrugerea efortului de a crea Sindicatul Liber al Oamenilor Muncii din România, acţiunile împotriva unor disidenţi, oponenţi şi critici ai regimului. Nu trebuie uitate acţiunile represive împotriva Bisericii Ortodoxe Române, a Bisericii Greco-Catolice şi a cultelor protestante sau neoprotestante.

În 1975, Nicolae Ceauşescu a semnat, în numele României, Actul Final al Conferinţei de la Helsinki. Departe de a se conforma angajamentelor luate pe plan internaţional, regimul comunist a continuat să calce în picioare drepturile cetăţenilor.

Partidul a fost creierul sistemului represiv, iar Securitatea – instrumentul care a pus în practică deciziile politice. Ofiţerii de Securitate şi din alte unităţi ale Ministerului de Interne erau cei care acţionau direct pentru supravegherea şi intimidarea populaţiei. Securitatea, Miliţia, Procuraturile militare, grănicerii erau subordonate la rândul lor secţiilor specializate ale CC al PCR. Miniştrii de Interne şi şefii Securităţii au fost cu toţii soldaţi fideli ai partidului. Cei mai mulţi au fost ei înşişi activişti de partid, înainte de a lucra în Securitate. Când încercăm să dezvăluim resorturile acestui regim totalitar, este cazul să nu uităm că arhitecţii şi beneficiarii lui nu au demonstrat niciun fel de scrupule şi remuşcări. Regimul a inventat instituţii menite să facă posibilă distrugerea spiritului liber şi manipularea totală a subiecţilor statului totalitar: partidul ca elită autodesemnată; poliţia secretă (cu braţele sale din interior şi din exterior); propaganda şi agitaţia; pseudojustiţia aservită complet intereselor totalitare.

Sunt total de acord cu concluzia Raportului că, dincolo de unele mici nuanţe, conducătorii comunişti din România au rămas fideli preceptelor de bază ale leninismului ca tehnică de control şi menţinere a totalitarismului bazat pe utopia falsului egalitarism social. Ideologia a fost într-adevăr la putere. Moştenirea RPR-RSR, ridicată la proporţii absurde în ultimii ani ai lui Ceauşescu, a fost aşadar una a despotismului, a distrugerii şi marginalizării valorilor veritabile, a eliminării elitelor politice, culturale şi religioase şi a izolării ţării în raport cu direcţiile novatoare din lumea ideilor şi din tehnologie.

Principalele *acţiuni criminale menţionate în Raport* şi pe care ţin să le amintesc aici, ca *argument* pentru această prea mult amânată condamnare, sunt următoarele:

(1) abandonarea intereselor naţionale prin servilism în relaţia cu URSS, după impunerea guvernului-marionetă condus de Petru Groza (6 martie 1945). În felul acesta a debutat o perioadă care a dus la întârzierea istoriei noastre cu câteva decenii;

(2) anihilarea statului de drept şi a pluralismului prin înscenări şi fraude, mai ales după furtul alegerilor din noiembrie 1946;

(3) distrugerea partidelor politice şi a continuităţii constituţionale a statului român, prin abdicarea forţată a regelui Mihai;

(4) sovietizarea totală, prin forţă, a României, mai ales în perioada 1948-1956, şi impunerea, sub numele de „dictatura proletariatului", a unui sistem politic despotic, condus de o castă profitoare, strâns unită în jurul liderului suprem;

(5) politica de anihilare a unor întregi categorii sociale în numele luptei de clasă. Cei mai de seamă reprezentanţi ai elitelor din România au fost eliminaţi fie prin asasinat, fie prin deportare, întemniţare, muncă forţată sau marginalizare. S-a recurs la o logică a vinovăţiei colective şi la persecutarea familiilor celor bănuiţi de intenţii ori acţiuni

anticomuniste. S-a recurs la utilizarea unor criterii aberante pentru a distruge şansele copiilor din familii cu „origine nesănătoasă" de a studia în învăţământul superior.
Ca urmare a politicii regimului comunist, au fost deţinute în închisori şi lagăre, deportate sau strămutate sute de mii de persoane. Cifrele propuse de cercetători, luate în considerare de Comisie, se situează între 500.000 şi 2.000.000 de victime. Dificultatea estimării provine din ascunderea sistematică de către Securitate, Procuratură, Miliţie, Trupe de Grăniceri şi alte organe represive a informaţiilor privind soarta multora dintre aceste victime;
(6) persecuţia minorităţilor etnice, religioase, culturale ori de orientare sexuală;
(7) exterminarea grupurilor de partizani care reprezentau rezistenţa anticomunistă armată în munţi (1945-1962);
(8) represiunea împotriva cultelor şi exterminarea sau persecutarea tuturor celor care se opuneau comunismului, deopotrivă din rândul majorităţii etnice româneşti, cât şi din rândul minorităţilor; oprimarea Bisericii Ortodoxe, desfiinţarea Bisericii Greco-Catolice, persecuţiile împotriva mişcării sioniste;
(9) arestarea, uciderea, detenţia politică sau deportarea ţăranilor care opuneau rezistenţă faţă de colectivizare. Lichidarea violentă a revoltelor ţărăneşti (1949-1962);
(10) deportările cu scop de exterminare. Represiunile etnice. Gonirea şi „vânzarea" evreilor şi germanilor;
(11) represiunea împotriva culturii, eradicarea valorilor naţionale, respingerea artei şi culturii occidentale, cenzura, arestarea şi umilirea intelectualilor neînregimentaţi ori protestatari (1945-1989);
(12) reprimarea mişcărilor şi acţiunilor studenţeşti din 1956. Procesele împotriva studenţilor protestatari organizate de PMR, UTM, UASR şi Securitate (1958-1960), precum şi înscenările din 1965 şi din anii următori;

(13) reprimarea mişcărilor muncitoreşti din Valea Jiului (1977), Braşov (1987) şi a celorlalte greve din anii 1980. Arestarea şi deportarea muncitorilor protestatari;
(14) reprimarea oponenţilor şi disidenţilor în anii '70 şi '80. Arestarea şi asasinarea celor mai curajoşi oponenţi – omorârea inginerului Gheorghe Ursu, condamnarea la moarte a diplomatului Mircea Răceanu, arestat şi judecat în 1989; condamnarea la moarte a persoanelor pe care regimul le considera vinovate de trădare;
(15) distrugerea patrimoniului istoric şi cultural prin demolările din anii 1980, inspirate de grandomania lui Ceauşescu şi de obsesia lichidării marilor repere culturale şi istorice. Constrângerea unei părţi a populaţiei României de a-şi părăsi locuinţele în numele politicii de „sistematizare" a zonelor rurale;
(16) consecinţele dezastruoase ale „politicii demografice" (1966-1989), soldate cu mii de morţi;
(17) impunerea unor norme aberante privitoare la „alimentaţia raţională", înfometarea populaţiei, oprirea căldurii, starea de mizerie, de disperare provenită din degradarea fizică la care regimul a condamnat un întreg popor;
(18) utilizarea mizeriei materiale şi morale, precum şi a fricii ca instrumente de menţinere a puterii comuniste. Pretinzând că împlineşte dezideratele marxismului, regimul a tratat o întreagă populaţie ca pe o masă de cobai supuşi acestui absurd experiment de inginerie socială;
(19) distrugerea reperelor morale ale societăţii româneşti şi a valorilor ei de solidaritate, în lipsa cărora un popor nu poate deveni autorul liber al propriei sale istorii;
(20) masacrarea cetăţenilor revoltaţi, din ordinul lui Nicolae Ceauşescu, cu aprobarea conducerii PCR şi cu participarea efectivă a unor unităţi ale Armatei şi Securităţii, în timpul Revoluţiei anticomuniste din decembrie 1989.

Pentru aceste motive,

Ca şef al statului român, condamn explicit şi categoric sistemul comunist din România, de la înfiinţarea sa, pe bază de dictat, în anii 1944-1947, şi până la prăbuşire, în decembrie 1989.

Luând act de realităţile prezentate în Raport, afirm cu deplină responsabilitate: Regimul comunist din România a fost ilegitim şi criminal.

Condamnând sistemul comunist din România, îmi afirm admiraţia pentru eroismul celor care s-au opus dictaturii, de la luptătorii din rezistenţă şi militanţii partidelor politice anihilate de comunişti şi până la disidenţii şi opozanţii perioadei Ceauşescu. Aduc aici, în sesiunea solemnă a Camerelor reunite ale Parlamentului român, un omagiu marilor oameni de stat ca Iuliu Maniu, Ion Mihalache, Dinu Brătianu şi Ion Flueraş, martirilor Bisericilor precum Iuliu Hossu, Sandu Tudor, Vladimir Ghika, Richard Wurmbrand, Márton Áron, membrilor partidelor democratice din România, tuturor victimelor regimului totalitar comunist, oponenţilor şi disidenţilor. Ţin să-mi exprim preţuirea faţă de curajul patriotic şi demnitatea tuturor supravieţuitorilor din închisorile comuniste, care sunt ultimii martori direcţi ai tragediei noastre ca naţiune. Ţin de asemenea să elogiez gestul intelectualilor care şi-au ridicat direct glasul împotriva lui Nicolae Ceauşescu: Paul Goma, Doina Cornea, Radu Filipescu, Mircea Dinescu, Dan Petrescu, Liviu Cangiopol, Gabriel Andreescu, sau gestul disperat, căzut astăzi cu totul în uitare, al lui Liviu Babeş, care pe 2 martie 1989 şi-a dat foc la Poiana Braşov pe pârtia Bradu în semn de protest faţă de un regim criminal. În acelaşi timp, îmi exprim compasiunea pentru suferinţele îndurate de marea majoritate a poporului român.

Posturile de radio occidentale „Europa liberă", BBC, „Vocea Americii", „Deutsche Welle", „Radio France Internationale" au contribuit esenţial la informarea cetăţenilor României privind situaţia din ţară şi din lume. Spre disperarea regimului comunist, Radio „Europa liberă" a fost într-adevăr ceea ce s-a dorit a fi: ziarul vorbit al românilor de pretutindeni. Omagiez memoria unor Ghiţă Ionescu, Mihai Cismărescu, Noël Bernard şi Vlad Georgescu, oameni care au luptat cu altruism şi pasiune pentru cunoaşterea şi rostirea adevărului. Îi elogiez pe Monica Lovinescu şi pe Virgil Ierunca, cei care, exilându-se fizic, au continuat să trăiască zi de zi pentru poporul român, ţinând trează, prin emisiunile lor de neuitat de la „Europa liberă", conştiinţa morală a românilor.

Condamnând acest regim, statul democratic român condamnă instrumentele acestuia, în primul rând Partidul Comunist Român şi Securitatea. Vreau să fiu bine înţeles. Nu mă refer nicio clipă la marea masă a membrilor de partid, a căror unică activitate era să-şi achite cotizaţia şi să participe lunar la şedinţe golite de orice conţinut. Mă refer la instituţia „partidului conducător", deci la aparatul care a făcut posibil regimul totalitar comunist. În cazul Securităţii, a fost vorba de o instituţie esenţială în susţinerea statului totalitar comunist, ilegitim şi criminal.

În numele statului român, îmi exprim regretul şi compasiunea pentru victimele dictaturii comuniste. În numele statului român, cer scuze celor care au suferit, familiilor lor, tuturor celor care, într-un fel sau altul, şi-au văzut destinele ruinate de abuzurile dictaturii.

Raportul Final conţine numeroase propuneri. Mi-au reţinut atenţia următoarele:

– Solicit susţinerea de către Camerele reunite ale Parlamentului a declaraţiei mele de condamnare a crimelor comunismului, de regret şi de compasiune faţă de victimele acestora, în spiritul Rezoluţiei nr. 1481 a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei din 25 ianuarie 2006.

– *Susţin propunerile Comisiei de stabilire a unei zile comemorative în memoria victimelor represiunii şi terorii comuniste şi propunerea ridicării în Capitală a unui Monument al Victimelor Comunismului.*

– *Susţin înfiinţarea în Bucureşti a unui Muzeu al Dictaturii Comuniste din România.* Acest muzeu va fi în egală măsură un loc de memorie şi unul al afirmării valorilor societăţii deschise. Pe lângă Muzeu, este necesară crearea unui centru de documentare destinat informaţiei publice, cu acces neîngrădit, în care să fie colecţionate documente esenţiale pentru înţelegerea fenomenului comunist, a universului concentraţionar, a propagandei ca mijloc de constrângere spirituală.

– Propun organizarea unei expoziţii permanente în cadrul Palatului Parlamentului, cu documente ilustrative pentru ideea de poliţie politică, documente care să fie reprezentative pentru fenomenul încălcării drepturilor civile fundamentale în România comunistă.

– Susţin organizarea unui ciclu de conferinţe în marile centre universitare din ţară, în care să fie prezentat conţinutul Raportului, însoţit de explicaţii, comentarii şi documente ilustrative.

– Propun formarea unui grup de cercetători care să elaboreze o *Enciclopedie a comunismului românesc.* Acelaşi grup va lucra pentru sintetizarea Raportului Final sub forma unui manual şcolar.

– Susţin necesitatea identificării unor soluţii legale în vederea anulării condamnărilor emise pe baza unor articole cu caracter politic, anularea pedepselor cu închisoare şi muncă forţată rezultate pe baza Decretului nr. 153/1970 privind „parazitismul social", „anarhismul" şi orice alt „comportament deviant". Dezavuarea Legii nr. 5 din 6 august 1978 pe baza căreia se putea desface contractul de muncă pentru „abateri de la etica şi echitatea socialistă".

– Susţin modificarea cadrului legislativ prin care să fie înlesnită procedura de acordare a cetăţeniei române celor cărora le-a fost retrasă de statul totalitar.

– Susţin modificarea şi completarea cadrului legislativ privind accesul la arhivele legate de perioada comunistă. La 17 ani de la Revoluţia din decembrie 1989, a sosit din plin clipa transparenţei şi accesibilităţii arhivelor comuniste. Obstacolele întâlnite de către membrii şi experţii Comisiei trebuie înlăturate de urgenţă şi fără ezitări. Legea Arhivelor Naţionale trebuie modificată imediat în ceea ce priveşte termenele de acces la arhivele de interes istoric. Neglijarea îndeplinirii obligaţiei de modificare a Legii Arhivelor arată lipsa de voinţă politică în a acorda un acces nediscriminatoriu la arhivele de interes pentru cercetătorii regimului comunist. *O Românie democratică este una în care accesul la istorie, deci la arhive, este liber şi neîngrădit.*

– Susţin solicitările foştilor deţinuţi politici legate de recunoaşterea publică a tragediei prin care au trecut.

– *Susţin propunerea privind înfiinţarea unui sistem de 12 burse acordate anual, pe bază de concurs, unor cercetători tineri interesaţi de cercetarea diverselor aspecte ale dictaturii comuniste.*

– Afirm necesitatea adaptării Raportului Final pentru obiective cu caracter didactic (un manual despre dictatura comunistă din România) care să fie predat în învăţământul mediu.

Daţi-mi voie să adaug că aplicarea propunerilor pe care mi le-am asumat astăzi va da roade numai dacă ne vom elibera de orice spirit partizan. După 17 ani de la Revoluţia din 1989, niciun partid din România nu trebuie să urmărească politizarea actului de condamnare a comunismului. Gestul meu de azi este consecinţa firească a faptului că ne-am asumat, ca naţiune, valorile democratice. În numele acestor valori avem obligaţia de a prelua din istoria noastră ceea ce vrem şi ceea ce nu vrem să definească identitatea

noastră de români şi de viitori cetăţeni ai Uniunii Europene. Or, comunismul de export pe care l-am trăit pe pielea noastră vreme de cinci decenii este o rană în istoria României, o rană care încă mai supurează şi pentru care a venit vremea să se închidă o dată pentru totdeauna.
Evocând acum o perioadă pe care mulţi ar dori să o uite, am vorbit atât despre trecut, cât şi de măsura în care noi, cei de azi, dorim să mergem până la capăt în asumarea valorilor libertăţii. Aceste valori, chiar înainte de a fi ale României sau ale Europei, ţin de valoarea universală, sacră, a persoanei umane. Dacă ne întoarcem acum către trecut, o facem pentru a rămâne cu faţa spre un viitor în care dispreţul faţă de individ nu va mai rămâne nepedepsit.
Acest moment simbolic reprezintă bilanţul a ceea ce am trăit şi ziua în care ne întrebăm cu toţii cum vrem să trăim de acum înainte.
Ne vom desprinde mai repede de trecut, vom face progrese mai temeinice dacă înţelegem ce ne împiedică să fim mai performanţi, mai curajoşi, mai încrezători în forţele noastre. Pe de altă parte, *nu trebuie* să dăm dovadă de aroganţă istorică. *Scopul meu vizează o autentică reconciliere naţională,* şi asta cu atât mai mult cu cât numeroase tare ale trecutului continuă să ne marcheze. Societatea noastră suferă de o neîncredere generalizată. Instituţiile statului nu par încă să urmărească vocaţia lor reală, care ţine de exercitarea deplină a tuturor drepturilor civile. De la ce se întâmplă în spitale la procesul de restituire a proprietăţilor, la modul cum se desfăşoară actul de justiţie, la relaţia instituţii publice – cetăţean şi până la realitatea penitenciarelor, vedem că lipsa de respect pentru om nu a dispărut încă.
Poate că unii se întreabă ce anume ne dă dreptul să condamnăm ? Ca preşedinte al românilor, aş putea invoca faptul că am fost ales. Dar cred că avem o motivaţie mai

importantă : *dreptul de a condamna ni-l dă obligaţia de a face să funcţioneze instituţiile statului de drept într-o societate democratică.* Nu avem voie să compromitem aceste instituţii. Ele n-au voie să fie discreditate prin faptul că ne apropiem de ele cu deprinderile şi mentalităţile trecutului nostru recent. Eu însumi am criticat adeseori imperfecţiunile sistemului nostru politic, ineficienţa anumitor instituţii. Dar vinovate nu sunt instituţiile statului de drept, ci modul în care noi le facem să funcţioneze, modul în care mulţi înţeleg să le utilizeze pentru realizarea propriilor interese.
Sunt mulţi, de asemenea, cei care, răzbiţi de greutăţile de astăzi, par să-şi fi pierdut încrederea în virtuţile democraţiei în care am intrat. Ei ajung să privească nostalgic spre un trecut care, în momentele grele ale acestei prelungite tranziţii, începe să le pară dintr-o dată luminos. Am să le răspund că merită să-şi reactiveze memoria. Să-şi amintească frigul, foamea, întunericul şi umilinţa care puseseră stăpânire peste vieţile noastre. În casele multor români acestea mai există, din păcate, şi astăzi. Nu trebuie să uităm că nicio societate adevărată nu se poate ridica pe exproprierea libertăţii cetăţenilor ei. *Nicio bunăstare nu e posibilă într-o societate de oameni neliberi.* Poate că răul cel mai mare pe care l-a făcut comunismul este ignorarea rostului libertăţii pentru fiinţa umană. Numai că instituţiile libertăţii democratice nu funcţionează de la sine. *Orice maşinărie administrativă, ca să funcţioneze, are nevoie de oameni calificaţi nu numai profesional, dar calificaţi şi pentru democraţie şi libertate.*
Am văzut cum sistemul totalitar comunist a degradat simultan comportamentul instituţiilor şi pe cel al oamenilor. Trebuie să recunoaştem că mentalităţile comuniste continuă să influenţeze societatea românească. *Am crezut că putem uita comunismul, dar nu a vrut el să ne uite pe noi.* Astfel, condamnarea acestui trecut apare ca o prioritate a prezentului,

fără de care vom purta şi în viitor ceva ce seamănă cu povara unei boli nevindecate.
Memoria crimelor comise de regimul comunist din România ne ajută să mergem înainte cu un pas mai decis, să realizăm schimbările atât de necesare, dar ne ajută şi să apreciem cadrul democratic în care trăim. Condamnarea comunismului ne va încuraja să fim mult mai circumspecţi faţă de propunerile utopice şi extremiste, care vor să pună în discuţie ordinea constituţională şi democraţia. În spatele discursurilor nostalgice sau demagogice se află de multe ori tentaţia autoritarismului sau chiar a totalitarismului, a negării exploziei de energii individuale, de inventivitate şi creativitate care şi-a făcut loc după decembrie 1989. Am scăpat definitiv de teroare, am scăpat de frică, astfel încât nimeni nu mai are voie să ne pună drepturile fundamentale sub semnul întrebării.

Lecţia trecutului ne dovedeşte că orice regim care-şi umileşte cetăţenii nu poate dura şi nu merită să existe. Acum, fiecare cetăţean poate să ceară liber respectarea drepturilor sale inalienabile, iar instituţiile statului trebuie să lucreze astfel încât oamenii să nu se mai simtă umiliţi. În această perioadă de tranziţie s-a vorbit mult despre criza morală a societăţii. Ea ţine de numeroase aspecte ale vieţii zilnice. *Sunt sigur că vom lăsa în urmă starea de neîncredere şi pesimismul social în care ne-au cufundat anii de tranziţie dacă vom face, împreună, un adevărat examen de conştiinţă naţională.* Declaraţia mea de astăzi şi propunerile pe care vi le-am prezentat vor încuraja acest proces.
Nu vreau să devin „Preşedintele care a condamnat comunismul”. Vreau numai să fiu şeful unui stat care consideră că această condamnare ţine de normalitate, că, *fără această condamnare, vom înainta greu, vom înainta continuând să cărăm în spate cadavrul propriului nostru trecut.*

Tot ce vreau este să clădim viitorul democraţiei în România şi identitatea naţională pe un teren curat.

Vă mulţumesc! La mulţi ani, români! Sărbători Fericite!
Departamentul de Comunicare Publică
18 Decembrie 2006 (http://www.presidency.ro/?_RID=det&tb=date&id=8288&_PRID=ag)

12. Alegeţi o emisiune din programele de radio sau de televiziune şi caracterizaţi-o sub aspectul specificului comunicării media.
13. Alegeţi o personalitate publică şi caracterizaţi stilul său comunicativ pe baza dimensiunilor prezentate în secţiunea 3.7. Argumentaţi punctele de vedere exprimate.
14. Citiţi textele următoare, adaptate după Liliana Ionescu Ruxăndoiu (coord.), *Interacţiunea verbală în limba română actuală. Corpus şi tipologie*, Editura Universităţii, Bucureşti, 2002. Rezolvaţi următoarele cerinţe: (i) identificaţi în cele cinci texte tipuri de comportamente comunicative; (ii) identificaţi tipuri de acte de vorbire; (iii) observaţi cum se reflectă emoţia în aceste texte.
a)

A: dar îmi este teamă că-ntr-o zi... deşi eu N-AM cheie la apartament... la noi... au fost [nişte discuţii odată demult
B: [păi de CE
A: de foarte mult în familie... sunt un copil adoptat... sunt din familii... sunt îîî... nepoata şiii... adică ne-am înţeles foarte bine până la perioada pubertăţii... odată cuuu pubertatea nu am reuşit să mai găsim niciun punct comun. ea fiind şi singură... divorţată... TOT motivul am fost eu... aaal al adoptării din familie... nu a vrut să ia din partea tatălui... au divorţat şi o persoană apro- foarteee îm... CUM să sp- ăăă adică totul să fie

NUmai şi NUmai pentru EA... şi EA să fie pe primul-plan. şi de la pubertate au început discuţiile dintre noi. pe mine NIciodată nu a reuşit să mă-nţeleagă... întotdeauna avea foarte multă înţelegere pentru CEI DE ALĂTURI iar pe mine pe- [pentru mine
B : [străinii de alături
A : parcă nu reuşea să mai găsească niciun... absolut... NU ştiu... NU am reuşit să ne-nţelegem. Acum... deja este ALT raport... faptul că ea este bătrână că e... NU e foarte bătrână... dar ajungând în situaţia asta de BOAlă şi de VÂRstă foarte avansată dar sunt persoane care şi la obzeci de ani [au un
B : [o: da
A : tonus fantastic şi sunt FOARte tinere. dar ea a decăzut foarte mult. şi NU pot s-o las. NU POT S-O LAS [săă
B : [poate căă suferinţa asta a mai şi-mblânzit-o nu mai e aşaaa dură şi intransigentă şi-ncearcă... o-nţelegere cu voi ştiindu-se singură
A : nuuu
B : nu s-au schimbat lucrurile
A : nuuuu [nuu nuu
B : tot aşaaa zmeu a rămas
A : nu_nu_nu tot aşa a rămas. chiar ŞI acuma în starea asta eu încerc IAR tot timpu îi este frică că cineva o fură când lipseşte ceva din casă
B : da' bine şi de voi se teme voi sunteţi [ai ei pe CIne mai are
A : [şi ŞTIe şi ŞTIe şi ŞTIe eu... în şifonierul în dormitor am... în cele două camereeee sunt uşile închise cheile sunt la brâu ca la hangiţă da iar eu NU mă interesează am spus că nu mă decât în clipa când dacă moare aTUNci poate aTUNci voi şti ce are-n casă. eu NU ştiu ce are-n casă nu ştiu ce bani nu ştiu ce... bijuterii... eu NU ştiu ce are-n casă.

B : eu credeam că chestiile-astea se-ntâmplă numai în literatură ştii
A : nu [nu
B : [e cazu clasic [al unei mame vitrege
A : [nu_nu
+B : copilu care află la UN moment dat că nu este copil
A : eu am ştiut
B : ai [ştiut dintodeauna?

b)

A : Domnule, v-am trimis la grefiera de şe[dinţă
B : [doamnă, am fost la grefieră. grefiera-mi spune că v-a adus dosaru-n arhivă.
A : CÂND mi l-a adus în arhivă.
B : dumneavoastră mă-ntrebaţi pă mine?
A : păi grefiera dă şedinţă dacă [v-a spus că l-a adus...
B : [înseamnă că cineva [e nebun aicea.
A : [când. nu-ntrebaţi [şi dumneavoastră CÂND
B : [înseamnă că cineva este nebun aicea ori este [nebună doamna grefieră
A : [DOmnu avocat
B : CINE este [nebun în cazu acesta.
A : [deci DOmnu avocat, haideţi să lămurim [o chestie
B : [hai să lămurim
A : dacă dumneavoastră vi se spune a plecat, Domnule, dumneavoastră nu vă interesaţi să vă spună DATA când a plecat?
B : a plecat dă pă data de ŞAPTE, domnişoară.
A : care şapte?
B : sunt trei colidoare aicea mari şi late nu ajunge la...
A : deci, DOmnu avocat
B : spuneţi-mi dumneavoastră pă ŞAPTE-A patra pleacă ajunge la dumneavoastră şi d-atunci [nu

A : [CARE şapte-a patra.
B : şapte-a PAtra domnişoară.
((A caută dosarul))
B : daţi-i telefon domnişoarei mariana şi-ntrebaţi-o. Domne, CÂND a plecat dosaru ăsta.
A : ((la telefon)) mariana? a venit un domn avocat la mine
B : CE naiba ne certăm.
A : ((la telefon)) poţi să-mi spui şi mie din întâi aprilie
B : că doar NU e dosaru la judecător din întâi a patra.
A : da să vedeţi
B : o fi fost : CINE ştie. ziua păcălelilor poate v-a păcălit şi pe dumneavoastră, poate ne păcăleşte şi pă noi... facem reclamaţii ca să... ne arde [de reclamaţii
A : mai repetaţi-mi vă rog o dată număru
B : şase şepte şepte pe două mii doi
A : ((la telefon)) mariana... şase sute şapte şapte pe două mii doi
B : apelant ciucur ↓ intimat ciucur.

c)

A : bună ziua. fiţi amabilă, aveţi cumva loţiune gerovital pentru regenerarea părulu?
((B clatină din cap))
A : nu. atunci ulei de ricin.
((B aduce o sticluţă))
A : aşa şiii dacă aveţi cumva tifon. ((uitându-se la sticluţa cu ulei)) [nu aveţi
B : [comprese sterile sau faşă.
A : faşă. faşă. ((arătând spre sticluţa cu ulei)) nu aveţi decât la gramajul acesta?
B : da.
A : daţi-mi DOuă vă rog.
B : douăzeci de mii şi faşa

A : da ((întinzându-i o bancnotă))
((B punând obiectele într-o pungă))
A : leucoplast aveţi?
B : da. cu rivanol sau fără?
A : fără. simplu.
B : ă rolă, nu?
A : da.
B : la paisprezece mii.
A : [cred că
B : [vă dau?
A : DA. da.
B : treizeci ↓ patruzeci şi patru de mii.
A : ((luând pachetul)) mulţumesc.
B : ((numărând restul)) patruzeci şi cinci cinzeci.
A : ((luând restul)) mulţumesc. bună ziua.

d)

A : salutare !
B : hehe. [salut.
A : [m-auzi?
B : ieram în BAieşi mă spălam pă dinţi şi ziceam DOAmne ce parcă sună teleFOnu..
A : păi şi chiar sună. da iarăşi a intrat robotu după două ori
B : asta e. dracu să-l ia. BUN.
A : m-a sunat DOINA ş- [auzi?
B : [DA ↑
A : m-a sunat DOINA şi mi-a zis de cuTREmur. CUM a fost. cât de mare.
B : MAaaMĂăăă draaagă ! doa :mne_dumnezeule. da' CHIAR că nu vă mai SPUN niMIca. ă eram pe canapea. scriAm. şi s-a zgâlţâIT CANApeaua cu mine. şi când
A : [da. Aha.

B: [m-am dus în dormitoor după un minut așa. încă se mai mișca LAMpa.
A: îhî:m. până la ea a ajuns cu TOtu altfel.
B: îm
A: și PÂnă la mine ȘI MAI rău [((râs ușor, ironic))
B: [DAaa. păi AIA e. mai BIne nu ziceam nimic. NU NU NU.
A: e: nu: da' [acu' oricum e bine totul-
B: [a fost de fapt patru șapte cinci și DOI. cam așa cred. adică s-a
A: [da
B: simțit FOARTE bine. vorba nanei. a fost CA un LEAgăn. pă orizonTAlă. știi?
A: îhîm...
B: [am simțit că se mișcă canapeaua într-o parte și-n alta.
A: îîîhîm
B: gaata ↓ liniȘTEȘte-te. Aaa NU mai spun altă dată.
A: OCHEI. e ochei cu gâtu?
B: am făcut un hemaTOm. sunt NEAgră-n juru gâtului. în rest e bine. n-am infecție, n-am nimic. am luat antibiotice. am terminat azinoapte. și [mâine mă duc
A: [luni scoți firele?
B: Ă? nooo
A: luni scoți firele?
B: nu_nu_nu nu. a zis căăă luni MARȚI cel mai devreme.
A: îhî:m
B: dar a zis
A: [OCHEI.
B: [c-ar vrea în uichend să mă lase cu gâtul GOL ca să seee... BIne. pa. alo?
A: [STAI puțin. CE faci ? de CE
B: [credeam c-ai închis.

e)

A: bună dimineața.
B: bună dimineața.
A: CINE-i acolo.
B: de fapt... 'neața, horia. sófia.
A: sofía. tu?
B: da, eu. Vai.. de CÂND mă chinui să te prind
A: de CÂND mă chinui să te pri... ăăă de când mă chinui și eu să te-aud. UNDE ești tu acum.
B: eu acum sunt în pat. îmi beau cafeluța.
A: fii atentă. tu st- deci iartă-mă trebuie să mă descalț. nu stai încălțată, nu?
B: sunt încălțată.
A: iartă-mă. deci tu stai în pat încălțată. cafeluța [este aicea
B: [e:xact
A: UNDE-i televizoru? acolo? sau acolo?
B: ei nu. trebuie să stai invers.
A: cum?
B: cu picioarele spre televizor
A: ((râde)) faci mișto de mine. deci tu stai așa. da?
B: ((râde))
A: și te uiți încolo. da?
B: exact. [da da
A: [și cafeluța o ții aici.
B: mai jos.
A: aici? ((râde))
B: exact
A: ((oftează)) CE faci horia. acuma tu ești horia. CE faci horia.
B: bine sofia.
A: da' de CE ești așa dus rău cu sorcova, măi horia?
B: păi... sunt emoționat.

A : eşti emoţionat, horia? horia, tu eşti îndrăgostit?
B : puţin.
A : de CINE horihahaha :
B : ((râde)) vreau să spun că eşti un SUPERtip.
A : stai că se schimbă placa.
B : [extraordinar.
A : ((îşi drege vocea)) sofia!
B : da.

Notă: în exemplele de mai sus, parantezele drepte – [ ] – indică suprapunerea replicilor interlocutorilor. Pentru alte convenţii de transcriere, vezi pp. 385-386.

II. CULTURA

1. Definiţia antropologică a culturii

Există două accepţii de bază ale termenului *cultură*: 1) totalitatea operelor de artă create de o comunitate umană (literatură, muzică, pictură, sculptură etc.) şi, în mod particular, cunoştinţele unui individ în legătură cu acestea; 2) sumă a valorilor, normelor, instituţiilor, artefactelor specifice unei comunităţi (moduri de viaţă, valori umane, credinţe religioase, obiceiuri, moduri de a gândi, standarde estetice, expresii lingvistice, stiluri de comunicare etc.), adică o civilizaţie determinată, împreună cu toate formele ei de manifestare. Pe scurt, cultura este o structură de semnificaţii transmisă istoric („...an historically transmitted pattern of meanings..." – Geertz, 1973, p. 89). Cea de a doua accepţie o include pe prima şi corespunde definiţiei antropologice a culturii, la care ne vom raporta în această carte. Vom vorbi deci despre cultura română, cultura franceză, cultura japoneză, cultura americană etc.

Geert Hofstede, unul dintre teoreticienii comunicării interculturale, reprezenta astfel diversele forme de manifestare a culturii:

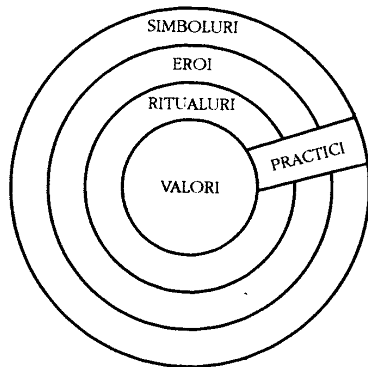


Fig. 1 – *Manifestările culturii (Hofstede)*

(*Sursa*: http://blog-art.com/delphinebaillergeau/2004/04/manifestations--culturelles)

Cultura/culturile reflectă capacitatea general umană de a codifica şi comunica experienţe în manieră simbolică, de a vehicula simboluri într-o manieră validată de comunitate. De aceea, între culturi există asemănări, dar şi deosebiri. Dintre acestea, unele sunt imediat observabile, altele subtile. Când călătorim într-o altă ţară, adică într-o altă cultură, remarcăm imediat stilul clădirilor, modul în care se circulă pe stradă, felul în care arată şi se îmbracă oamenii, cum îşi mobilează casele, dacă vorbesc repede sau rar, încet sau tare, ce mănâncă şi cum petrec de sărbători etc.; din comportamentele pe care le observăm sau din discuţii am putea eventual deduce dacă locuitorii unui anumit spaţiu geografic pun preţ pe punctualitate, pe devotament, pe generozitate, pe prietenie, ce tabuuri au, ce atitudini au faţă de bani, faţă de succes, faţă de oamenii săraci, faţă de bătrâni sau faţă de animale; motivaţiile interne ale unor acţiuni, relaţiile de cauzalitate, conexiunile dintre fapte şi idei, sentimentele şi modul specific de a le interioriza, prejudecăţile ne pot rămâne însă total necunoscute. Asemănările, dar şi diferenţele dintre culturi sunt unele de suprafaţă, altele de adâncime, profunde.

Cultura poate fi studiată în mai multe moduri: studiile monoculturale investighează o cultură particulară; studiile comparative (engl. *comparative studies* sau *cross-cultural studies*) analizează, prin comparaţie, două sau mai multe culturi; studiile interculturale (engl. *intercultural studies*) urmăresc interacţiunile dinamice dintre două sau mai multe culturi; studiile privind comunicarea globală prin intermediul mass-mediei sunt reunite sub numele de ***comunicare internaţională***. Scopul cercetărilor este de a pune în evidenţă trăsături constante ale culturilor, individual sau comparativ, pentru a putea face predicţii în legătură cu o cultură dată şi pentru a putea explica, unitar şi coerent, diferenţele observate între culturi.

Deoarece cultura este creată şi vehiculată prin comunicare, o parte importantă a studiilor culturale o reprezintă relaţia dintre cultură şi comunicare (comunicarea verbală, prin limbă, şi comunicarea nonverbală, prin alte sisteme de semne şi simboluri). În această paradigmă intră studiile de comunicare monoculturală, de comunicare transculturală (engl. *cross-cultural communication*) şi studiile de comunicare interculturală (engl. *intercultural communication*) (vezi capitolul III).

2. Metaforele culturii

Pentru a surprinde esenţa culturii şi caracteristicile ei, antropologii au recurs adeseori la metafore asociate cu domenii dintre cele mai variate (vezi www.culture-at-work.com/concept2.html).

- *Păpuşile etnografice*. O metaforă simplă, atemporală, dar comercială a culturii este „păpuşa în costum naţional". De vânzare în târguri şi în magazinele de suveniruri, ilustrând copertele cărţilor şi ale revistelor, păpuşile evocă imaginea locuitorilor şi, odată cu ea, cultura respectivă, esenţializată în câteva elemente de fizionomie şi detalii vestimentare distinctive.

Românaşul şi româncuţa, păpuşile ruseşti, păpuşile în costum german, micile japoneze sunt câteva exemple.



Fig. 2 – *Păpuşile naţionale*

(*Surse*: http://www.romanianorthodoxchurch.com/index.cfm?pkLink_ID=20; www.russiandolls.co.uk/; www.mozartsminors.com/Dolls.htm; www.orientbox.com/doll_japanese.html)

- *Miturile*. Cultura poate fi văzută şi ca o colecţie de mituri eroice, basme, poveşti, legende spuse la gura sobei sau în jurul unui foc de tabără, copiilor, seara la culcare, sau între adulţi. Purtate din gură în gură, miturile se perpetuează în grup şi, chiar dacă în timp suferă modificări, îşi păstrează nealterate identitatea şi forţa exemplului. În mod asemănător, cultura este impregnată de tradiţie, obiceiuri, cutume specifice grupului.



Fig. 3 – *Cultura: poveşti spuse în jurul focului*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Câmpul de forţe*. Cultura este un sistem dinamic şi poate fi imaginată ca un câmp de forţe; fără a fi simţită şi conştientizată, interacţiunea nevăzută a acestor forţe modelează individul şi societatea.

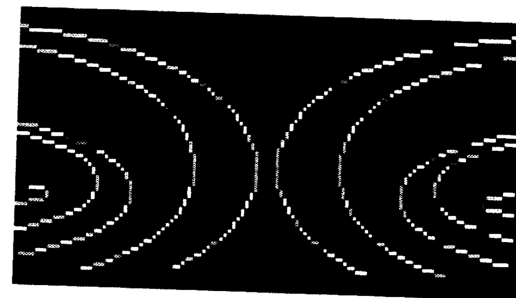


Fig. 4 – *Cultura: un câmp de forţe*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Ghiveciul, bolul de salată, borcanul cu bomboane*. Aceste metafore înrudite surprind diversitatea elementelor care coexistă în acelaşi spaţiu, păstrându-şi parţial identitatea, dar contribuind laolaltă la alcătuirea unui amestec nou, altceva decât suma părţilor.



Fig. 5 – *Cultura: ghiveci, salată sau borcan cu bomboane*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Un organism*. Asemenea unui organism viu, cultura are o structură internă bine definită, cu contur clar, care delimitează interiorul de exterior şi permite schimburile cu exteriorul, are metabolism propriu, viaţă proprie, capacităţi de adaptare.

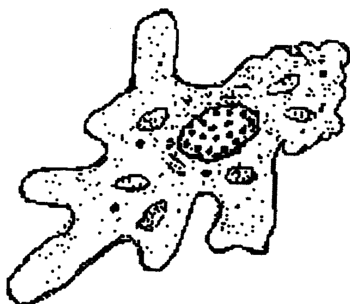


Fig. 6 – *Cultura: un organism*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O hartă mentală*. Aşa cum harta este o reprezentare simplificată a unui teritoriu real, tot astfel cultura este o hartă mentală care îi ajută pe oameni să se orienteze printre simbolurile vehiculate în jurul lor. Suma conexiunilor şi a semnificaţiilor comune unui grup social reprezintă harta semnificaţiilor culturale existente în mintea oamenilor care alcătuiesc comunitatea respectivă.

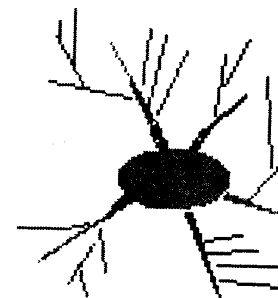


Fig. 7 – *Cultura: o hartă mentală*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O cutie cu scule*. Cultura este ca o cutie cu scule. Fiecare sculă în parte îţi permite să acţionezi eficient asupra unui mecanism specific; doar alegând corect scula potrivită poţi obţine rezultatele dorite.

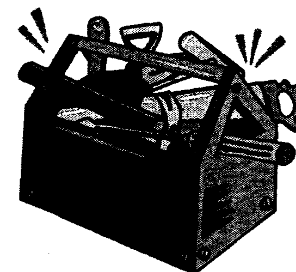


Fig. 8 – *Cultura: o cutie cu scule*

(*Sursa*: www.iccsd.k12.ia.us/.../teachers_toolbox.htm)

- *O busolă*. Cunoaşterea ştiinţifică a culturii, determinarea valorilor ei specifice îi permite străinului să se orienteze în cultura respectivă, să nu se rătăcească, să o înţeleagă, să se poziţioneze în interiorul ei prin comparaţie cu propria cultură; cunoaşterea îi arată străinului drumul pe un traseu de semnificaţii necunoscute.

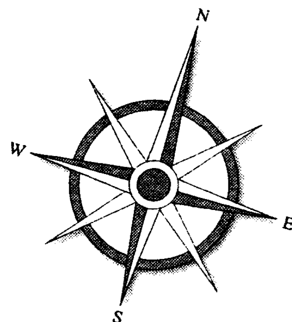


Fig. 9 – *Cultura: o busolă*

(*Sursa*: http://2004.njsummerreading.org/.../logs/index.php)

- *Soft al minţii umane.* Folosind această metaforă, Geert Hofstede definea cultura astfel: „Collective programming of the mind distinguishing the members of one group or category of people from another" („Programare colectivă a minţii care îi deosebeşte pe membrii unui grup/unei categorii de oameni de membrii altui grup/altei categorii"). Autorul distinge trei niveluri ale programării: *nivelul universal,* moştenit aproape în întregime; *nivelul personalităţii individuale,* parţial moştenit, parţial învăţat; *nivelul cultural,* învăţat. În era computerelor, este o metaforă care se impune de la sine. Mintea umană este hardul; cultura este softul, alcătuit din algoritmi. Mintea funcţionează în conformitate cu programul care i-a fost introdus. Softul este creat de oameni şi tot de ei folosit. Tot astfel, cultura este creaţia unui grup de oameni, care „funcţionează" în conformitate cu setul de reguli prescris. Cultura este soluţia oferită de un grup de indivizi în rezolvarea problemelor apărute într-un spaţiu determinat.

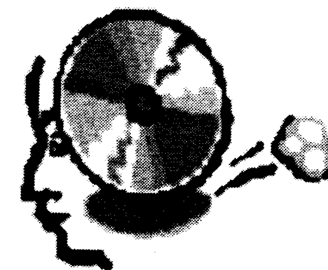


Fig. 10 – *Cultura: un soft al minţii umane*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Un aisberg.* Cultura este ca un aisberg. Partea de la suprafaţa apei, pe care marinarii o zăresc, este asemenea trăsăturilor direct perceptibile ale culturii (clădiri, vestimentaţie, înfăţişare, reguli de conduită socială, mâncare, tradiţii, limbă etc.); dar, aşa cum cea mai mare parte a aisbergului este sub ape, cea mai importantă parte a culturii este ascunsă şi nebănuită: valori, mentalităţi, motivaţii, reguli şi relaţii instituţionale, roluri sociale, semnificaţia unor noţiuni ca modestie, generozitate, hotărâre, feminitate, percepţii subiective ale timpului, relaţia cu puterea, conexiuni sociale, retorica discursului etc. În acelaşi timp, partea invizibilă a culturii este şi partea ei cea mai periculoasă: aşa cum partea nevăzută a aisbergului poate scufunda un vas, tot astfel partea nevăzută a culturii poate duce la confuzii, neînţelegeri, eşec în comunicare. Un marinar priceput poate evita naufragiul, aşa cum un individ antrenat să comunice în diverse culturi poate evita neînţelegerile, se poate adapta diferenţelor culturale.

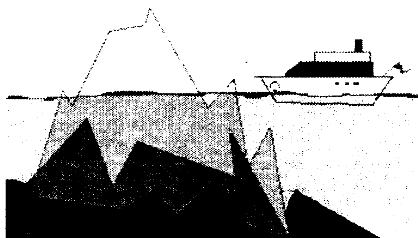


Fig. 11 – *Cultura: un aisberg*

(*Sursa*: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O ceapă.* Cultura este ca o ceapă: foi peste foi, peste foi, ascunzând miezul, la care ajungi abia după ce îndepărtezi straturile de deasupra.

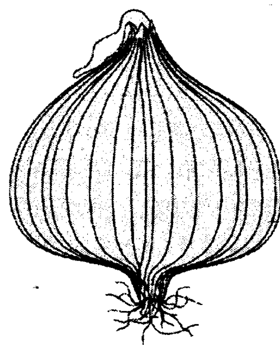


Fig. 12 – *Cultura: o ceapă cu multe foi ascunzând miezul*

(*Sursa*: www.mcpasd.k12.wi.us/.../pages/ONION.htm)

3. Caracteristicile culturii

Cultura este un fenomen extrem de complex. Complexitatea derivă din chiar caracteristicile ei.

1. Cultura este un sistem. Este un ansamblu de elemente între care se stabilesc legături diverse. De pildă, aşezarea geografică determină predominanţa unor activităţi economice şi inexistenţa altora, o anumită vestimentaţie sau modul de construcţie a locuinţelor; credinţele religioase influenţează atitudinile indivizilor faţă de semenii lor, dar şi faţă de obiecte sau activităţi, ritualurile, credinţele; ierarhiile sociale modelează relaţiile dintre oameni şi relaţiile dintre oameni şi instituţii. Invenţiile tehnologice au modificat felul de a se deplasa al oamenilor şi relaţiile lor cu timpul şi spaţiul, felul de a se distra, de a găti, de a produce noi bunuri. Terorismul, încălzirea globală, ocuparea unor teritorii prin război produc mutaţii în relaţiile dintre oameni, dintre oameni şi obiecte. Fiecare cultură are propria coerenţă internă, servind în mod optim necesităţile membrilor ei. Relaţiile dintre elemente sunt dinamice, pot suferi reorganizări, care, odată produse într-un punct al sistemului, antrenează modificări în diverse alte puncte din sistem; apariţia de noi elemente, dispariţia altora, regruparea elementelor existente în noi configuraţii sunt surse ale evoluţiei sistemului din interior. Contactele dintre culturi sunt sursele externe ale evoluţiei sistemului cultural.

2. Cultura este vehiculată prin semne. Picturile rupestre din peştera Altamira, statuile gigantice din Insula Paştelui, piramidele şi mormintele faraonilor sunt semne ale unor culturi dispărute; zgârie-norii din sticlă şi oţel, muzeul Louvre, Legoland-ul, Marele Zid Chinezesc, restaurantele McDonald's sunt semne ale unor culturi actuale. Ca şi acestea, gesturile, modul de ocupare a spaţiului, cuvintele, instituţiile, atitudinile oamenilor sunt semne: o „expresie" se asociază unei semnificaţii în mod convenţional şi

constant. Semnele au caracter arbitrar, în sensul că nu există o justificare logică pentru asocierea existentă la un moment dat între o expresie şi o semnificaţie, de pildă între o cruce şi creştinism, între o semilună şi religia musulmană, între culoarea roşie a semaforului şi interdicţia de a traversa strada, între fonia *a-p-ă/eau/water/wasser* şi substanţa chimică H_2O. În acelaşi timp însă, semnele au caracter convenţional: asocierea dintre semnificat şi semnificant, odată constituită, este stabilă şi funcţionează în virtutea unei convenţii acceptate şi respectate de membrii societăţii – prin convenţie, de Crăciun se împodobeşte bradul şi se fac daruri; orice musulman are obligaţia de a merge cel puţin o dată în viaţă în pelerinaj la Mecca; în parlament se ţin discursuri; zâmbetul poate fi semnul bucuriei, dar şi al concesiei sau al dispreţului, poate avea rol strict social sau poate reflecta relaţia dintre doi indivizi. Semnele pe care le percepem pe cale senzorială, prin cele cinci simţuri, se asociază în mintea noastră cu anumite semnificaţii; această asociere este modelată de cultură. Indivizii vehiculează semnele în maniera acceptată de cultura care le-a produs.

3. Cultura se învaţă şi se transmite. Procesul prin care indivizii dintr-o comunitate învaţă sistemul de valori, mentalităţile, regulile de viaţă ale culturii respective poartă numele de *enculturare*. Comportamentele biologice posibile sunt reduse la cele validate de o comunitate dată; natura este filtrată prin cultură. Prin enculturare, individul se integrează în societate, dobândeşte sistemul de norme care îl fac să devină un individ acceptat de comunitatea sa. Enculturarea este un proces continuu, la care este expus atât copilul, cât şi adultul. Sunt şase elemente fundamentale pe care le învaţă individul prin enculturare: tehnologia, economia, politica, ideologia, viziunea asupra lumii şi formele de interacţiune în cadrul societăţii. Acestea se învaţă fie prin educaţie (la grădiniţă, la şcoală, la universitate, prin expunere programată la un sistem explicit de reguli), fie prin socializare (prin participarea la evenimente sociale, cum ar fi diverse sărbători

şi ritualuri; prin imitarea celorlalţi membri ai societăţii; prin respectarea instrucţiunilor sociale primite direct de la membrii familiei sau de la cei din jur: *trebuie să spui bună ziua când intri în clasă*; *trebuie să cedezi locul în autobuz persoanelor vârstnice*; *fetiţele nu vorbesc urât*; *băieţii trebuie să fie curajoşi* etc.).

Există deci două forme de enculturare: *enculturarea prin socializare* (proces spontan, realizat prin inserţia socială a individului şi traiul zilnic în cadrul comunităţii) şi *enculturarea prin educaţie* (proces dirijat şi explicit de instrucţie în cadrul diverselor instituţii sociale). Prin chiar natura lor, formele de socializare şi de educaţie diferă de la o societate la alta, de la o cultură la alta. De exemplu, studiile au evidenţiat că, în societatea americană, enculturarea tinde tot mai mult să fie un proces explicit, prin care părinţii şi educatorii le expun copiilor valorile societăţii cu intenţia de a fi învăţate de către aceştia; elementele verbale joacă un rol esenţial atât în transmiterea cunoştinţelor, cât şi în feedbackul pe care copiii îl dau instructorilor. În societatea japoneză, funcţionează modelul osmozei: părinţii, instructorii şi copilul se află într-o relaţie empatetică, apropiată, în care cuvântul joacă un rol secundar, deoarece învăţarea se produce prin imitarea modelului, prin aderarea spontană a copilului la elementele observate în mediu.

Transmiterea culturii de la o generaţie la alta asigură continuitate în viaţa societăţii. Gradul de enculturare depinde de contextele fizice şi sociale în care trăieşte copilul, de caracteristicile psihologice ale membrilor familiei, de practicile educative din mediul cultural respectiv. În procesul de enculturare, limba joacă un rol decisiv, fiind instrumentul prin care copilul interiorizează valorile culturii sale.

4. Cultura este deopotrivă un fenomen social şi unul individual. Pe de o parte, cultura este legată de istoria comunităţii, de contextul social al evoluţiei sale, de religie, de evoluţia instituţiilor, de evoluţia familiei. Pe de altă parte, este impregnată în

fiecare individ sub forma unor patternuri de percepţie, de atitudini, de comportamente acceptate şi aşteptate de comunitate. Pe de o parte, indivizii sunt „programaţi" de cultura lor să dea anumite tipuri de răspunsuri la stimulii veniţi din exterior, iar, pe de altă parte, indivizii produc cultura prin comportamentele şi sistemul lor de valori. Cultura creează o hartă de semnificaţii pe care indivizii şi le interiorizează. A trăi în cadrul unei culturi înseamnă, în cele din urmă, a „juca un joc social" după „regulile" acceptate de comunitate.

5. *Cultura este o structură polifonică.* Nu toţi membrii societăţii împărtăşesc în acelaşi grad valorile culturii lor. În ecuaţia complexă a identităţii intră nu doar factori culturali, ci şi factori de personalitate (temperament, convingeri personale) şi educaţie (grad de instrucţie, locul în care individul a primit educaţia respectivă, răspunsul individual la procesul educativ). Interacţiunile cultură – educaţie – personalitate sunt complexe: personalitatea se construieşte într-un mediu cultural şi în strânsă interdependenţă cu educaţia primită de individ; educaţia este produsul unor instituţii determinate cultural şi are impact diferit asupra personalităţii fiecărui individ. Cele trei componente – cultură, educaţie, personalitate – nu pot fi deci separate, ci privite în intercondiţionările lor multiple.

Indivizii pot fi, în diferite grade, reprezentanţi tipici sau atipici ai culturii lor. Indivizii tipici sunt exponenţi fideli ai valorilor culturale specifice comunităţii respective, în timp ce indivizii atipici sunt modelaţi mai degrabă de date particulare de personalitate (temperament, valori personale, concepţii şi experienţe personale) sau de educaţia primită (direct, într-o altă cultură, sau indirect, prin accesul la surse scrise).

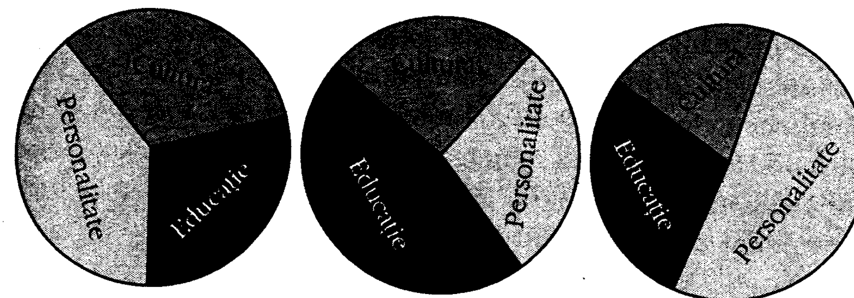


Fig. 13 – *Interacţiunea factorilor cultură – educaţie – personalitate în determinarea individului*

Prima diagramă din figura 13 reflectă profilul unui individ tipic pentru cultura lui; cultura are un rol decisiv în modelarea sa. Celelalte două reflectă profilul unor indivizi atipici pentru cultura lor, la care educaţia sau personalitatea a influenţat sistemul de valori, mentalitatea, comportamentele, într-o măsură mai mare decât a făcut-o cultura etc.

6. *Cultura nu are caracter monolit.* În cadrul unei culturi se întâlnesc diverse subculturi, grupuri de oameni constituite după diverse criterii (sex, vârstă, preocupări, apartenenţă socială), care, pe fundalul unui nucleu de valori comune cu valorile culturii-umbrelă, promovează un set de valori, credinţe, comportamente particulare prin care se diferenţiază de membrii culturii din zona respectivă. În cadrul culturii române, de pildă, putem vorbi de subcultura romilor, subcultura mahalalei, subcultura de la Vama Veche, subcultura medicilor etc.

Cercetarea formelor specifice de manifestare a subculturilor, a culturilor de consum în diverse societăţi poartă numele de *studii culturale.* Scopul studiilor culturale este de a analiza fenomenele culturale de consum (moda, literatura, muzica) şi interrelaţionarea lor, de a contribui la înţelegerea contextului social, politic, economic, religios, cultural care le-a produs. Este un

domeniu de studiu interdisciplinar, plasat la intersecția antropologiei cu sociologia, psihologia, semiotica și științele comunicării. Fundamentele acestei discipline academice au fost puse de Richard Hoggart, care a înființat la Birmingham, în 1964, „Centre for Contemporary Cultural Studies", fiind urmat la conducerea institutului de către Stuart Hall.

7. *Cultura este un fenomen dinamic ce se adaptează schimbărilor.* Evenimente sociale, istorice, religioase, interacțiunea propriu-zisă dintre indivizi, toate la un loc produc mutații în sistemul de valori, în percepțiile și obiceiurile comunității. Nucleul se păstrează, în timp ce elementele periferice sunt supuse schimbării, ca răspuns de adaptare la modificarea survenită într-un punct al sistemului; cultura evoluează servind întotdeauna nevoile unei comunități determinate într-un anumit moment. Regulile jocului se schimbă și sunt asimilate ca atare de către jucători.

Cauzele schimbării sunt externe și interne. Cauzele externe sunt reprezentate de schimbări produse în natură, precum și de schimbări survenite în alte culturi. Relația dintre cultură și natură se dezvoltă în dublu sens: pe de o parte, cultura oferă soluții problemelor pe care natura le pune în fața oamenilor, iar pe de altă parte, cultura remodelează natura. Încălzirea globală, de pildă, produce schimbări în modul de viață al oamenilor, dar în același timp acțiunile oamenilor sunt îndreptate spre diminuarea efectelor naturale. Cauzele interne ale evoluției sunt tocmai evoluțiile interne ale culturilor, produse de dezvoltarea tehnologiei, a cercetării, de creșterea economică, de schimbările politice, dezvoltarea socială. De pildă, în societatea românească de după 1989 au intervenit schimbări politice și economice care au modificat modul de a trăi al oamenilor. Față de perioada totalitară, libertatea de expresie, libera circulație, concurența, apariția de mărfuri diverse pe piață au atras schimbări cum ar fi: curajul de a exprima un punct de vedere personal, transformarea treptată

a turismului cu scop economic în turism cultural, preocuparea pentru diversitate și calitate, schimbarea stilului de viață (hrană, îmbrăcăminte, petrecerea timpului liber etc.).

8. *Cultura modelează percepțiile.* Percepția este procesul prin care individul selectează, structurează, interpretează datele dobândite senzorial, organizându-le într-un sistem coerent care îi permite să înțeleagă lumea. Consensul social asupra percepțiilor individuale creează „realitatea" în cadrul acelei societăți. De pildă, majoritatea membrilor din majoritatea culturilor percep frunzele copacilor ca fiind verzi și doar puțini oameni, daltoniștii, le văd roșii; percepția majorității se constituie în realitatea acelor societăți. Dacă majoritatea oamenilor ar percepe frunzele copacilor roșii și doar câțiva le-ar percepe verzi, atunci realitatea ar fi că „frunzele sunt roșii". Percepția este ancorată cultural: cultura îi „învață" pe membrii societății să perceapă și să interpreteze realitatea. De pildă, în cultura română, părinții aruncă peste casă dinții de lapte ai copilului, pentru a-i crește acestuia alți dinți, frumoși și sănătoși; în cultura americană, copiii pun sub pernă dintele de lapte căzut, iar Zâna-măseluță le aduce în schimb bani. În culturile vestice, culoarea de doliu este, de obicei, negrul, iar în culturile orientale, albul. În unele culturi, când este lună plină, oamenii văd chipul unui om desenat pe suprafața Lunii („omul din Lună"); în alte culturi, oamenii văd profilul unei femei, un iepure sau chiar un iepure care prepară într-un vas o prăjitură japoneză tradițională (*mochi*).

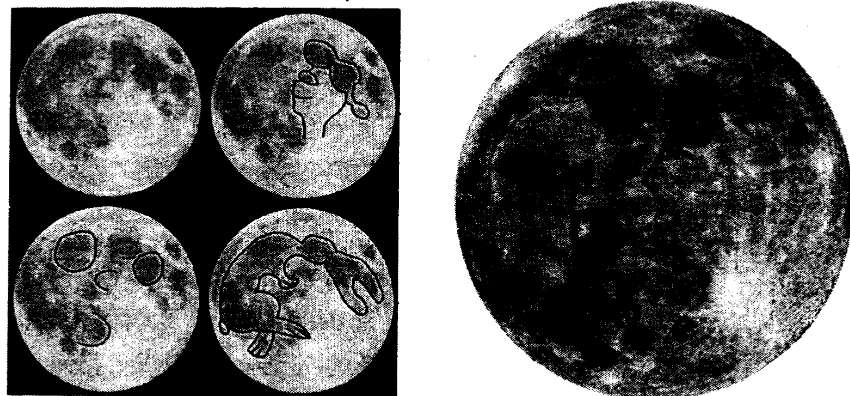


Fig. 14 – *Omul din Lună, femeia sau iepurele*

(*Sursa*: http://en.wikipedia.org/wiki/Man_in_the_Moon)

9. Culturile intră în contact. Cultura nu este un fenomen izolat. În diverse perioade istorice, diferite culturi au intrat în contact (direct sau livresc), influenţându-se reciproc. Cultura română, de pildă, a intrat în contact cu culturile orientale până în a doua jumătate a secolului al XIX-lea (cultura slavă, cultura turcă, cultura greacă, cultura rusă), cu cele occidentale (cultura franceză, cultura italiană, cultura germană) după a doua jumătate a secolului al XIX-lea, iar după 1990 foarte puternică este influenţa culturii americane. Reflexele acestor influenţe au fost sesizate în modul de viaţă al oamenilor, în mentalităţi, în limbă.

Adaptarea unui individ la o nouă cultură, ca urmare a contactului direct, relativ îndelungat, cu o altă cultură poartă numele de *aculturare*. În funcţie de amploarea contactului dintre populaţii, timpul de contact şi contextul în care acesta se produce, există mai multe forme de aculturare: invazia şi colonizarea, presupunând un contact de lungă durată între societăţi globale, având ca scop impunerea culturii cuceritoare; aculturarea unilaterală, presupunând preluarea unor elemente ale culturii-gazdă de către participanţi individuali/în grup la evenimente cum ar fi studiul şi munca în străinătate pe o perioadă limitată de timp; aculturarea bilaterală, presupunând convieţuirea îndelungată a unor populaţii într-un anumit spaţiu, ca de pildă convieţuirea în Elveţia a romanşilor cu elveţienii de limbă germană, în Liban, a musulmanilor cu creştinii; aculturare multilaterală, presupunând contacte constante şi de lungă durată între grupuri etnice înrudite aparţinând aceluiaşi stat, cum ar fi diversele triburi din India sau Zair.

Globalizarea este o formă particulară a contactului dintre culturi, presupunând caracterul integrat, interdependent, interconectat al domeniilor economic, social, tehnologic, cultural, politic, ecologic dintr-un număr tot mai mare de societăţi. Efectul globalizării îl reprezintă standardizarea vieţii în lume: fast-food-urile, plăţile electronice, folosirea computerului personal, cumpărăturile din supermarketuri, plecatul în weekend pentru relaxare sunt câteva dintre manifestările procesului de globalizare.

10. Relativismul culturilor. La baza studiilor culturale se află *principiul relativismului cultural*, formulat de Franz Boas (1858-1942), părintele antropologiei americane. Conform acestui principiu, toate formele de manifestare a unei culturi trebuie interpretate în contextul culturii care le-a produs. Principiul stipulează pluralismul cultural (există culturi diverse, caracterizate prin fenomene cu semnificaţii proprii, specifice, diferite de la o cultură la alta) şi egalitarismul culturilor (nu există o ierarhie a culturilor; culturile sunt egale, deoarece satisfac în egală măsură nevoile membrilor lor). Bronisław Malinowski (1884-1942), antropolog polonez, a accentuat importanţa muncii „de teren", a contactului direct dintre nativi şi cercetător, care trebuie să observe comportamentele şi să „prindă" semnificaţiile pe care acestea le au pentru nativi (vezi şi capitolul IV, „Culturi în contact").

Termenul opus relativismului este *etnocentrismul*, tendinţa individului de a privi lumea (diversele culturi) din perspectiva

propriei culturi, pe care o consideră centrul universului, „buricul pământului", superioară altor culturi. Etnocentrismul este o formă de distorsionare a semnificaţiei obiectelor şi fenomenelor prin interpretarea lor în contextul propriei culturi, nu în contextul culturii care le-a generat. Conceptul de *etnocentrism* a fost introdus şi teoretizat de Elena Jacobs Jaye Lau, profesor de ştiinţe sociale şi politice la Yale University (vezi şi capitolul III, „Întâlnirea dintre limbi-culturi").

4. La temelia culturii: religia, familia, statul

Dacă ne imaginăm cultura ca un edificiu, atunci fundaţia o reprezintă trei instituţii: Biserica, familia, statul. De ce tocmai acestea? Datorită importanţei lor în cadrul societăţii: ele conturează credinţele, valorile, aspiraţiile, nevoile fundamentale ale oamenilor; prin rezistenţa lor în timp, au asigurat continuitatea civilizaţiei; sunt purtătoare ale unor mesaje emoţionale puternice (dragoste, teamă, bucurie, tristeţe, patriotism, supunere, loialitate etc.) şi îşi asociază valori simbolice (crucea ca simbol al creştinismului, casa ca simbol al familiei, steagul ca simbol al naţiunii). Interacţiunea cu semenii în cadrul acestor instituţii conferă identitate culturală individului şi conturează viziunea despre lume a grupului social.

Religia şi Biserica. Prin religie oamenii îşi definesc relaţiile cu natura. Există câteva elemente comune tuturor religiilor: autoritatea supremă, fie că se numeşte Dumnezeu, Isus, Buddha, Allah sau Brahman; învăţătura transmisă de autoritate prin intermediul cărţilor sfinte, indiferent dacă acestea se numesc Biblia, Talmudul, Coranul, Vedele, Upanishadele sau Analectele; ritualurile, cum ar fi Învierea, rugăciunea spusă la Zidul Plângerii, pelerinajul la Mecca sau meditaţia; filosofia teologică rezultată

din speculaţia pe marginea textelor sacre şi din ritualuri; etica religioasă; sentimentul siguranţei pe care credinţa îl dă omului. Diferenţele dintre religii se materializează în şase doctrine religioase majore: creştinismul, iudaismul, islamismul, hinduismul, budismul, confucianismul.

Creştinismul este cea mai răspândită religie din lume, cu aproximativ 2,1 miliarde de credincioşi, cuprinzând teritorii din Europa, America, Africa de Sud, Filipine, Oceania şi Asia. Creştinismul cunoaşte diverse doctrine şi practici religioase: romano-catolicii, creştinismul oriental (Biserica Ortodoxă de Răsărit, Biserica Ortodoxă de Apus), Biserica anglicană, Biserica protestantă (luteranii, reformaţii, evanghelicii, baptiştii, adventiştii de ziua a 7-a, penticostalii etc.). Este o religie monoteistă, având în centrul ei viaţa şi patimile lui Isus din Nazaret, fiul Domnului, aşa cum ne sunt înfăţişate în Noul Testament. Împlinind profeţia din Vechiul Testament, venirea lui Mesia pe pământ reconciliază omenirea cu dumnezeirea, salvând-o de păcatul originar şi oferindu-i, prin moartea şi învierea lui Isus, viaţă veşnică. Ridicat la Ceruri, aşezat de-a dreapta Domnului, Isus se va întoarce pentru a da viaţă celor din morminte şi pentru a săvârşi Judecata de Apoi instaurând împărăţia lui Dumnezeu pe pământ. Credinţa în Isus le aduce oamenilor iertarea păcatului originar şi îi salvează de la moarte spirituală. Un bun creştin trebuie să urmeze învăţăturile lui Isus, să respecte cele 10 porunci, să se roage pentru a se pătrunde de spiritul sfânt şi a accede, cu voia Domnului, la viaţa veşnică. Cuvântul este darul făcut oamenilor de Dumnezeu şi modul în care Divinitatea comunică cu pământenii; prin predică, preotul le face oamenilor înţelese cuvântul şi învăţăturile Mântuitorului. Crucea, amintind de răstignirea lui Isus, este cel mai cunoscut simbol creştin.

Religia iudaică este una dintre cele mai vechi religii monoteiste, îmbrăţişată de aproximativ 14 milioane de persoane. Este cuprinsă în Vechiul Testament din Biblie şi în Talmud. Un

Dumnezeu unic, omniscient, omnipotent, bun şi iubitor, transcendent a creat universul şi îl guvernează. Elementul central al religiei iudaice nu este o persoană sau un grup de persoane, ci respectarea tradiţiei şi a învăţăturii lui Dumnezeu. Conform tradiţiei, Dumnezeu a făcut un legământ cu Avraam, patriarhul şi părintele evreilor, cel care a răspândit cuvântul lui Dumnezeu respingând idolatria. Prin Moise, cu care s-a întâlnit pe muntele Sinai, Dumnezeu a transmis evreilor învăţăturile sale, scrise în Tora şi explicate în Talmud. Un bun evreu este acela care respectă tradiţia şi studiază învăţăturile lui Dumnezeu. Rolul rabinului este de a interpreta şi explica învăţăturile lui Dumnezeu. În viaţa de zi cu zi, evreii păstrează tradiţii vestimentare (kipa), alimentare (mâncare cuşer), de muncă şi odihnă (sabatul) etc.

Islamismul este a doua mare religie (monoteistă) a lumii, la care au aderat peste 1,4 miliarde de credincioşi musulmani din Africa de Nord şi de Vest, din Orientul Mijlociu, din Asia Centrală şi de Sud-Est, din India, Europa Occidentală, Peninsula Balcanică şi Rusia. Islamismul presupune supunerea totală a omului voinţei lui Dumnezeu. În centrul religiei islamice stau învăţăturile Coranului, trimise profetului Mohamed de către Allah, prin îngerul Gabriel. Pentru musulmani, Mohamed nu este întemeietorul unei noi religii, ci restauratorul învăţăturilor divine originare, purtate de profeţi precum Abraham, Moise, Isus şi distorsionate în timp. Coranul este chiar cuvântul lui Dumnezeu. De aceea, una dintre principalele practici religioase este memorarea exactă, cuvânt cu cuvânt, şi recitarea corectă a Coranului. Rugăciunile la ore fixe din zi, pelerinajul la Mecca, pomenile date săracilor, postul ţinut în luna ramazanului, jihadul – războiul sfânt de apărare a Islamului – sunt practici de viaţă având-şi rădăcinile în credinţele religioase.

Hinduismul este a treia mare religie a lumii, cu aproximativ 1 miliard de credincioşi, răspândită mai ales în India şi Nepal, dar şi în Sri Lanka, Bangladesh, Indonezia, Malaysia, Fiji, Surinam, Guyana şi Trinidad-Tobago; în fapt, este un conglomerat de credinţe diverse şi tradiţii de viaţă. Învăţăturile religioase sunt transmise prin intermediul unor texte de teologie, filosofie, mitologie, dintre care cele mai importante prin vechimea şi caracterul lor exemplar sunt Vedele, Upanishadele, Mahābhārata, Ramayana. Temele fundamentale sunt: *dharma* (etica şi îndatoririle oamenilor), *samsara* (ciclul naştere, viaţă, moarte, renaştere), *karma* (acţiune şi reacţie), *moksha* (eliberarea din ciclul *samsara*). Divinitatea este conceptualizată diferit de la o şcoală la alta: în teologia monoteistă/panteistă, Brahman este Sinele suprem, spiritul unic şi nediferenţiat, esenţa tuturor lucrurilor, principiul infinit la care omul poate accede doar prin cunoaştere, prin meditaţie, prin dobândirea înţelepciunii ultime, a identităţii sufletului individual cu Brahman; alteori divinitatea este personalizată ca Ishvara, fiinţă transcendentă ce poate fi imaginată ca tată, mamă, prieten sau copil, iubit sau iubită. Scripturile vorbesc şi despre zeităţi, spirite celeste, îngeri, *devas*. În toate religiile hinduse, *atman*, adică sufletul, este adevăratul sine, etern ca Brahman. Scopurile vieţii sunt plăcerea senzuală şi bucuria, prosperitatea şi succesul, respectarea legilor şi a regulilor, eliberarea din ciclul naşterii, vieţii, morţii şi renaşterii. Pentru atingerea acestor scopuri, omul poate alege o metodă (yoga) din mai multe: calea iubirii şi a devotamentului, calea acţiunii drepte, calea meditaţiei, calea înţelepciunii. Prin practicile religioase, oamenii încearcă să simtă prezenţa lui Dumnezeu şi să obţină binecuvântarea zeităţilor. Forme de venerare a divinităţii sunt ofrandele de mâncare, apă sau flori; ritualurile includ aprinderea unor lumânări, sunete de clopoţei, mişcări delicate de evantaie, melodii cântate la instrumente tradiţionale şi meditaţia. Locurile de rugăciune sunt templele, la care hinduşii merg în special cu ocazia festivalurilor religioase, relativ numeroase în timpul anului. Guru îşi iniţiază discipolii pentru a duce o viaţă dharmică. Viaţa în societate este condusă de reguli precise: astfel, viaţa bărbaţilor este concepută ca succesiune de faze (dobândirea învăţăturii dharmice, activitatea socială şi susţinerea familiei, retragerea şi ascetismul); membrii societăţii sunt împărţiţi în caste (preoţii şi învăţătorii; războinicii

şi regii; oamenii de afaceri şi negustorii; oamenii simpli şi muncitorii).

Religia budistă, veche de peste 2.500 de ani, îşi are rădăcinile în învăţăturile regelui Buddha; astăzi are aproximativ 276 de milioane de credincioşi în întreaga lume. În centrul religiei nu se află un Dumnezeu personalizat, ci relaţia dintre umanitate şi Divinitate. Accentul cade pe dezvoltarea personală a individului pentru o înţelegere profundă, prin meditaţie şi contemplaţie, a naturii adevărate a vieţii. Lumea fizică, tranzitorie, este guvernată de suferinţa cauzată de dorinţa de reîntrupare, deasupra căreia omul se poate ridica prin gândul bun, cuvântul bun, fapta bună, viaţa corectă, prin starea mentală adecvată care îi permite detaşarea de lumea fizică şi contemplarea efemerului.

Confucianismul – cod etic, filosofic şi religios, politic şi economic, răspândit în China, Japonia, Coreea, Vietnam – se bazează pe analectele (proverbele, aforismele) lui Confucius. Valorile fundamentale ale confucianismului sunt respectarea ritualurilor şi a etichetei, dragostea în familie, corectitudinea, onestitatea şi încrederea, bunătatea şi umanismul, loialitatea. Confucianismul actual derivă din şcoala neoconfucianistă, ca o combinaţie a ideilor taoiste şi budiste. Confucianismul are ca temă principală armonia socială şi empatizarea cu celălalt, demnitatea umană şi respectul reciproc dintre oameni, autoperfecţionarea, respectarea bunelor maniere esenţializate în ritualuri, paternalismul şi puterea conducătorului, dezvoltarea sensibilităţii prin arte. Oamenii ocupă poziţii predeterminate în cadrul societăţii şi au obligaţia de a se comporta în conformitate cu regulile dictate de aceste poziţii, de a respecta eticheta, de a-şi respecta contemporanii şi de a-i venera pe înaintaşi, demonstrând devotament filial şi loialitate în raport cu autoritatea. Deşi se bazează pe ritualuri, confucianismul are puţin a face cu venerarea unor zeităţi, a unei divinităţi; de aceea, există controverse legate de considerarea confucianismului ca religie propriu-zisă. În sensul restrâns al

termenului *religie* – de venerare a unor creaturi supranaturale –, confucianismul nu este o religie; în sensul larg al termenului – de sistem de credinţe, sentinţe, maxime, aforisme în legătură cu etica tradiţională, repere de comportament în viaţa de zi cu zi şi locul omului în univers –, confucianismul este, evident, o religie cu principii bine fixate.

Indiferent de dogmă, religia oferă oamenilor o viziune despre lume, care poate fi sintetizată pe două dimensiuni: a) relaţia dintre raţiune şi intuiţie, obiectivitate şi subiectivitate, ştiinţă şi religie; b) relaţia dintre dualism şi monism. Prima dimensiune face distincţie între viziunea mecanicistă asupra lumii – conform căreia lumea este de natură fizică, operează după legi ce pot fi descoperite, verificate, demonstrate şi asupra cărora individul poate acţiona (religiile Vestului: creştinism, iudaism) – şi viziunea nonmecanicistă, conform căreia lumea materială este o iluzie, adevărul este dat, nu trebuie cercetat şi nu poate fi descoperit în ordinea naturală (religiile Estului: budism, confucianism, islamism, hinduism). A doua dimensiune face distincţie între viziunea dualistă a Vestului (om/natură, minte/corp), în care viaţa are un început şi un sfârşit, şi cea monistă a Orientului (lumea văzută ca unitate), în care viaţa este ciclică, recurentă. Având-şi punctul de pornire în viziunea asupra lumii, valorile individuale şi colective ale Occidentului şi ale Orientului sunt opuse. În Occident, individul, element unic şi distinct al universului, are ca valori fundamentale succesul şi fericirea, măsurabile prin bani, popularitate, încredere; ele pot fi obţinute prin acţiunea individului asupra mediului, prin iniţiativă şi receptivitate la schimbare, prin exprimarea emoţiei şi a dorinţelor personale; o viziune pragmatică şi materialistă asupra lumii, o atitudine etică a individului în lume stau la baza realizărilor personale şi a afirmării voinţei proprii. În Orient, individul, ca parte componentă a universului şi ca membru al grupului din care face parte, are ca valori fundamentale devenirea spirituală, propăşirea interioară, cultivarea spiritului, virtutea, modestia, atitudinea rezervată în relaţiile cu semenii.

Familia. Importanța familiei în societate derivă din faptul că transformă, prin socializare, un organism biologic în ființă umană. În cadrul familiei se definește *relația dintre individ și grup*. Conceptul însuși de *familie* conferă o imagine asupra dimensiunii grupului: familia restrânsă, nucleară (mama, tata, copiii) este specifică societăților în care relațiile sociale sunt laxe, în timp ce familia lărgită, extinsă (mama, tata, copiii, bunicii, unchii și mătușile, verii, cumnații, nașii etc.) este specifică societăților în care oamenii tind să se angajeze în legături puternice, durabile cu semenii, bazate pe un sistem predeterminat de drepturi și obligații morale. Gradul de implicare a familiei în sprijinirea copilului modelează gradul de dependență dintre membrii societății: independența eului și a acțiunilor personale, respectiv dependența de grup și corelarea acțiunilor proprii cu acțiunile grupului. Relațiile din cadrul familiei modelează gradul de formalism în conduită (formal/informal), încrederea în sine, libertatea de exprimare a opiniei, raporturile de egalitate/inegalitate bazate pe diverse diferențe (de sex, de vârstă, de poziție socială) dintre indivizi. Percepția vârstelor se formează tot în familie: valorizarea pozitivă sau negativă a bătrâneții (asociată cu înțelepciunea acumulată prin cunoștințe sau, dimpotrivă, cu declinul), rolurile sociale în funcție de vârstă, ierarhiile determinate de vârstă. În familie se formează deprinderile de acțiune și de comunicare. Comportamentul adulților față de copii determină modalitățile specifice de integrare a acestora în societate: gradul de autoritate a părinților asupra copiilor, implicarea lor în activitățile curente ale familiei (mersul la cumpărături, la restaurant sau în excursii), pedepsele corporale, preocuparea familiei pentru constituirea unor grupuri de joacă, implicarea familiei în căsătoria copiilor etc.

Rolurile de gen se fixează tot în cadrul familiei: copiii învață distincția dintre activitățile masculine și activitățile feminine (Cine câștigă banii în familie? Cine face treburile în gospodărie? Ce rol are fiecare dintre cei doi părinți în creșterea copiilor?), relația dintre sexe (gradul de dependență a femeii de bărbat, comportamentele specifice), locul fiecăruia în cadrul familiei, jocurile copilăriei ca tip particular al „jocurilor" din cadrul societății.

Statul este produsul istoriei unei comunități. Scriitorul englez Edmund Burke considera istoria „un pact între cei morți, cei vii și cei nenăscuți încă". Rolul statului în viața unei comunități se constituie în timp, configurează formele de manifestare a societății în prezent și oferă „zestrea" pentru generațiile viitoare. Relațiile statului cu individul constituie sursa identității sociale a individului, sistemul de valori din cadrul societății, jalonează scopurile existenței individuale și sociale, modelează așteptările indivizilor, psihologia socială. De exemplu, ca rezultat al istoriei, din psihologia americană fac parte constructe sociale precum *self-made man*, „visul american", „țara tuturor posibilităților", *the best*, „cucerirea spațiului", în vreme ce din psihologia rușilor fac parte constructe precum „invazia", „apărarea împotriva dușmanilor", „suferința și persecuția", „mama Rusie", „brutalitatea".

O formă de manifestare a statului în viața cotidiană o reprezintă instituțiile. Printre acestea, școala asigură socializarea individului în cultura respectivă. Culturile prezintă diferențe în ceea ce privește specificul interacțiunii didactice. La un capăt al continuumului se plasează sistemele educaționale tradiționale, iar la celălalt – sistemele educaționale moderne. Astfel, în sistemele tradiționale, procesul didactic este centrat pe elev, în sensul că accentul cade asupra particularităților elevului, asupra metodelor de antrenare a acestuia în procesul dobândirii de cunoștințe și abilități; abordările în cadrul procesului educativ au în vedere media, nu vârfurile, progresul marii majorități pe care media o reprezintă, nu a unei minorități cu performanțe de excepție; scopurile educației sunt evoluția/dezvoltarea personală, în sensul dezvoltării abilității elevilor de a dobândi un loc în societate și de a se autoevalua prin raportare la ceilalți, și dobândirea abilităților de a învăța (cum se caută informația, cum se rezumă un text, cum se face o sinteză etc.); accentul cade pe dezvoltarea gândirii critice (evaluarea complexă a unor aspecte,

problematizarea, descoperirea, exprimarea unui punct de vedere personal, gândirea inovatoare etc.); profesorul îşi asumă rolul de îndrumător al educaţiei; sunt evaluate nu rezultatele finale, ci comportamentul studentului în procesul învăţării – efortul, evoluţia lui; o abordare holistă a cunoaşterii, prin integrarea datelor dobândite la diverse obiecte de învăţământ. În sistemele moderne, procesul didactic este centrat pe subiect, deci pe dobândirea de informaţii factuale; interesul se îndreaptă asupra unei minorităţi cu performanţe de excepţie; scopurile educaţiei sunt „învăţarea în sine şi pentru sine", memorarea de informaţii; profesorul are rolul de a controla activitatea elevilor; notarea se face pe baza testelor punctuale de cunoştinţe; o viziune atomistă asupra cunoaşterii, în care există graniţe tranşante între diversele discipline de studiu. În cultura americană, de pildă, predomină sistemul modern; în cultura britanică – cel tradiţional; în cultura olandeză s-a încercat introducerea sistemului modern, dar reforma a fost abandonată din cauza rezistenţei la schimbare a profesorilor; în Austria, sistemul educaţiei în şcoala primară a evoluat spre tehnicile moderne.

5. Diversitatea culturală

Între culturi există asemănări, deosebiri şi influenţe reciproce.

Asemănările sunt reprezentate de realităţile obiective ale lumii în care trăim (există munţi, ape, oameni, animale, îmbrăcăminte, construcţii etc.), de existenţa unor adevăruri universale (viaţa fizică este finită, este o suită de opţiuni, orice cultură este vehiculată prin limbă), de asemănările inerente dintre oameni (fizice, fiziologice, psihice), de activităţile universale în care toţi oamenii se angajează (dorm, mănâncă, procreează), de răspunsurile pe care le dau la stimulii primiţi din mediu (râd, se supără, aşteaptă, speră etc.).

Deosebirile dintre culturi nu sunt întâmplătoare. Pe de o parte, sunt rezultatul mediului geografic, social, cultural, economic, politic, religios, istoric în care s-a dezvoltat o comunitate. Pe de altă parte, sunt rezultatul interpretării subiective de către oameni a diverselor elemente şi relaţii din lumea înconjurătoare, al percepţiilor diferite ale stimulilor primiţi din exterior. Interpretările şi percepţiile subiective sunt stocate de indivizi în forma unor credinţe care le modelează gândurile şi acţiunile, a unor atitudini având subiacente stări psihologice (rezultate din interacţiunea subtilă a credinţelor, sentimentelor şi predispoziţiilor sociale şi individuale), a unor valori, ca sistem de reguli care le ghidează alegerile de viaţă, a unor patternuri culturale. Toate determină un mod de viaţă şi de interpretare a realităţii.

Pentru a capta parametrii de variaţie culturală, antropologii şi sociologii au propus mai multe modele teoretice:

5.1. *Modelul lui Kluckhohn şi Strodtbeck. Valorile spre care se orientează cultura*

Primii care au elaborat o metodă articulată de studiere a variaţiei culturale au fost Kluckhohn şi Strodtbeck (1961) – este vorba de *value orientation method* (metoda orientării spre valori). Autorii au explicat diferenţele dintre culturi prin cinci valori principale (preocupări generale ale oamenilor din toate culturile) şi trei tipuri de răspunsuri posibile la fiecare dintre cele cinci valori (care explică diferenţele dintre culturi).

• *Care este esenţa naturii umane?*
  La această întrebare, tipurile posibile de răspuns sunt:
  – esenţa naturii umane este răul; în oameni nu se poate avea încredere; ei sunt în mod fundamental răi, deci trebuie ţinuţi atent sub control;
  – esenţa naturii umane este mixtă; pe lume există şi oameni buni, şi oameni răi; oamenii pot fi îndrumaţi să devină buni;

- esenţa naturii umane este binele; oamenii toţi se nasc buni, societatea însă îi poate perverti.

• *Care este relaţia dintre om şi natură?*
La această întrebare, variantele de răspuns sunt:
- oamenii se subordonează naturii; ei nu pot interveni pentru a schimba în vreun fel natura, viaţa este determinată în mare măsură de forţe externe, cum ar fi destinul şi zestrea genetică; oamenii trăiesc pentru a împlini destinul care le-a fost hărăzit;
- oamenii trăiesc în deplină armonie cu natura;
- oamenii domină natura, o cuceresc, răspund provocărilor ei.

• *În ce raport se află oamenii cu timpul?*
Cele trei variante de răspuns sunt:
- oamenii trebuie să privească spre trecut, pentru a învăţa din istorie, pentru a extrage de aici învăţăminte de urmat, trebuie să continue în prezent tradiţiile trecutului;
- oamenii trebuie să trăiască clipa, să se bucure de prezent, să nu-şi facă griji pentru viitor;
- oamenii trebuie să privească spre viitor, să-şi propună scopuri, să-şi planifice activităţile, să sacrifice ziua de azi pentru un rezultat măreţ în viitor.

• *Care este cea mai bună formă de activitate?*
Variantele de răspuns sunt:
- *a fi*: simpla existenţă a individului pe pământ îşi este sieşi suficientă, nu sunt necesare realizări măreţe care să dea un sens existenţei;
- *a deveni*: scopul omului pe pământ este de a se dezvolta, de a se realiza prin devenire;
- *a face*: măsura valorii omului este dată de ceea ce înfăptuieşte el, de realizările pe care le obţine; efortul şi munca lui sunt întotdeauna recompensate la justa lor valoare.

• *Care este cea mai bună formă de organizare socială?*
Variantele de răspuns sunt:
- forma ideală de organizare a societăţii este cea ierarhică; unii oameni se nasc pentru a fi conducători, alţii pentru a-i urma pe conducători; ierarhia este deci imanentă societăţii;
- forma ideală de organizare a societăţii este cea colaterală, bazată pe cooperarea tuturor membrilor grupului; important în viaţă este să te sfătuieşti cu ceilalţi, să nu iei decizii de unul singur;
- forma ideală de organizare a societăţii este cea individuală, care promovează egalitatea indivizilor în acţiuni şi în luarea deciziilor; fiecare membru al societăţii trebuie să-şi ia destinul în propriile mâini, să răspundă pentru faptele sale.

Aplicată la cultura americană, prin observaţii şi chestionare, metoda a condus la următoarele rezultate: membrii culturii americane, dominantă în Statele Unite, sunt orientaţi spre viitor, se focalizează pe acţiune (*a face*), aspiră să domine natura şi consideră că natura umană este mixtă; indigenii americani sunt orientaţi spre trecut, se focalizează pe existenţă (*a fi*), valorizează acţiunile de grup (colaterale), aspiră să trăiască în armonie cu natura şi cred că omul, în esenţa lui, este bun. Fireşte, toate tipurile de răspunsuri pot coexista în cadrul unei culturi în situaţii particulare şi în legătură cu elemente particulare de existenţă, aşa cum valorile individuale pot fi diferite de tendinţa generală a societăţii la un moment dat.

Țara	Activitate			Natura umană		Relații			Relația cu natura		
	A fi	A face	A deveni	Evoluează	Bună/Rea	Grup	Ierarhie	Individ	Armonie	Dominare	Subordonare
Australia	-0,55	0,68	0,64	-0,02	-0,42	0,23	-0,57	0,98	0,48	0,81	-1,56
Canada	-0,5	0,69	0,31	0,27	-0,87	0,5	-1,05	0,86	0,97	0,78	-1,7
Elveția	-0,42	-0,11	0,66	0,12	-0,48	0,78	-0,9	1,2	0,8	0,54	-1
Hong Kong	-0,67	-0,01	0,9	0,36	-0,5	0,76	-0,82	0,92	0,93	0,44	-1,2
Mexic	-0,68	0,69	0,9	0,43	-0,66	0,5	-0,94	0,28	0,91	0,95	-1,28
Olanda	-0,5	0,48	0,21	0,43	-0,57	0,82	-0,64	0,77	0,65	0,67	-1,2
Noua Zeelandă	-0,18	0,65	0,4	0,34	-0,79	0,48	-1,17	0,88	1,05	0,73	-1,58
Taiwan	-1,19	0,62	0,74	0,43	-0,68	0,67	-1,25	1,06	0,85	1,05	-1,55
Anglia	-0,55	0,49	0,26	0,11	-0,78	0,68	-1,18	0,94	0,84	0,86	-1,56
Statele Unite	-0,63	0,78	0,33	0,39	-0,88	0,3	-1,02	0,87	1,01	0,82	-1,54

Notă: o valoare ridicată indică o orientare puternică a culturii spre valoarea respectivă.
(*Sursa*: http://www.collegeofbusiness.fau.edu/mgt/intbusns/peterson/Culture%20Dimension%20Toolbook%20R2.htm)

5.2. *Modelul lui Edward T. Hall*

Edward T. Hall poate fi considerat fondatorul disciplinei *comunicare interculturală*[1]. Este primul care a folosit această sintagmă în cartea sa din 1959, *The Silent Language*, unde a făcut distincția între două tipuri de culturi, monocronice și policronice. În cartea din 1976, *Beyond Culture*, Hall a explicat diferențele culturale dintre diverse grupuri prin conceptul de *dependență contextuală*.

5.2.1. Culturi monocronice/culturi policronice

Culturile monocronice cultivă secvențialitatea evenimentelor (activitățile se desfășoară pe rând, una după alta) și concentrarea profundă asupra evenimentului; culturile policronice cultivă simultaneitatea evenimentelor (există mai multe evenimente care se desfășoară simultan), atenția distributivă și concentrarea superficială asupra evenimentului.

Studii ulterioare în domeniu au corelat tipul de cultură – monocronică/policronică – cu conceptul de punctualitate. În culturile monocronice, atitudinea față de timp este rigidă: în cultura chineză sau în Germania punctualitatea este extrem de importantă; a întârzia la o întâlnire îi poate aduce individului

1. Antropologul Edward T. Hall și lingvistul George L. Trager au pus bazele paradigmei originale a comunicării interculturale în cadrul unor cursuri de pregătire a diplomaților americani la Foreign Service Institute din Washington, cu care cei doi au colaborat în perioada 1951-1959. Noul domeniu a pornit de la teoria relativismului lingvistic (teoria Whorf-Sapir) și de la teoria freudiană a psihanalizei. Născut mai mult sau mai puțin accidental, ca formă de instruire practică, domeniul a devenit obiect de studiu în universitățile americane și apoi în cele japoneze, constituindu-se în timp ca domeniu de cercetare autonom.

prejudicii de imagine sau poate constitui o insultă la adresa celuilalt. În culturile policronice, oamenii se raportează mai relaxat la noţiunea de timp. Astfel, în America Centrală şi de Sud, sunt frecvente întârzierile la întâlniri, deoarece oamenii acordă prioritate evenimentelor survenite în cursul zilei respective, nu unei planificări făcute în agendă ; în Franţa, întârzierile de 15 minute sunt acceptate, iar în Orientul Mijlociu, a-l face pe celălalt să aştepte, chiar şi o oră, este un obicei cultural. Studii asupra relaţiei dintre cultură şi timp au pus în evidenţă o „gradare culturală" a conceputului de punctualitate : culturi în care punctualitatea este fundamentală, iar lipsa de punctualitate constituie o ofensă la adresa celuilalt (China, Indonezia, Japonia, Singapore) ; culturi în care punctualitatea este foarte importantă, reprezintă un mod de viaţă (Australia, Danemarca, Olanda, Elveţia) ; culturi în care punctualitatea este apreciată şi aşteptată (Austria, Belgia, Canada, Ungaria, Turcia, Statele Unite) ; culturi în care punctualitatea este relativ importantă, deşi uneori oamenii întârzie (Argentina, Bolivia, Franţa, Italia, Portugalia) ; culturi în care punctualitatea este aproximativă (Algeria, Islanda, Irlanda, Liban, Spania) ; culturi în care întârzierile sunt frecvente (America Latină, Orientul Mijlociu, Africa).

Timpul este deci conceptualizat diferit de la o cultură la alta : pe de o parte, ca un bun ce poate fi folosit, planificat şi economisit, iar pe de altă parte, ca un element puţin important comparativ cu evenimentele ce pot apărea sau cu relaţiile interumane. Diverse expresii lingvistice indică o percepţie mai concretă a timpului (*Timpul înseamnă bani, Am investit timp şi bani, Am economisit timp, Am pierdut timpul*) sau mai abstractă (timp global, expresie a infinităţii universului). Membrii diverselor comunităţi etnice se raportează la timp în consecinţă : în Armenia, vizitele durează multe ore, încep după-amiaza şi se termină noaptea târziu, chiar spre dimineaţă, în timp ce în Statele Unite vizitele durează de obicei 2-3 ore, iar unele invitaţii chiar precizează intervalul de timp alocat unui eveniment de socializare. Folosirea timpului în societate se leagă adeseori de conceptul

de putere : a ţine pe cineva la uşă să te aştepte este semnul puterii, al faptului că poţi dispune de timpul lui, o formă de subordonare a intereselor celuilalt propriei agende.

O concepţie specială asupra timpului apare în Asia : timpul este văzut circular (*apud* Lewis, 2005), toate evenimentele pornind şi întorcându-se în acelaşi punct, iar şi iar ; sprijinită de o filosofie a ciclurilor vieţii şi a reîncarnării, percepţia timpului a modelat reacţiile oamenilor. Asiaticii reflectează îndelung înainte de a da un răspuns, evaluând întreaga istorie pe care evenimentul o implică, au sentimentul lucrului prestabilit, al plasării corecte în univers.

5.2.2. Dependenţa contextuală

Dependenţa contextuală reprezintă gradul în care membrii diverselor culturi se sprijină în comunicare pe experienţele şi expectaţiile comune membrilor aceluiaşi grup.

În culturile cu grad mare de dependenţă contextuală atenţia interactanţilor se concentrează asupra elementelor din lumea concretă care fac obiectul comunicării. Cunoştinţele comune împărtăşite de membrii grupului constituie baza unor inferenţe şi predicţii contextuale, astfel încât unele elemente din discurs sunt exprimate indirect sau lăsate neexprimate, subînţelese, recuperate contextual în baza cunoştinţelor comune de grup. Semnificaţia decurge din context (un context multiplu stratificat, incluzând istoria socială, normele sociale, relaţiile de rol, contextele situaţionale şi relaţionale care se constituie în cadrul predeterminant al interacţiunii). Elementele nonverbale joacă un rol important în comunicare. Informaţia este transmisă prin mecanisme ale implicitului şi decodificată pe baza deducţiilor contextuale. Informaţia se organizează în spirală, accentul cade pe exprimarea emoţiei, mesajele au grad mic de structurare, conţinutul este puţin focalizat, tăcerea este apreciată. Aceasta este tendinţa culturilor în care accentul se pune pe grup, nu pe individ, relaţiile

dintre indivizi sunt în general stabile şi de durată, trecutul este considerat superior prezentului, iar indivizii manifestă o relativă rezistenţă la schimbare. Opoziţia *in-grup/out-grup* este evidentă. Culturi cu un grad ridicat de dependenţă contextuală sunt în special culturile orientale.

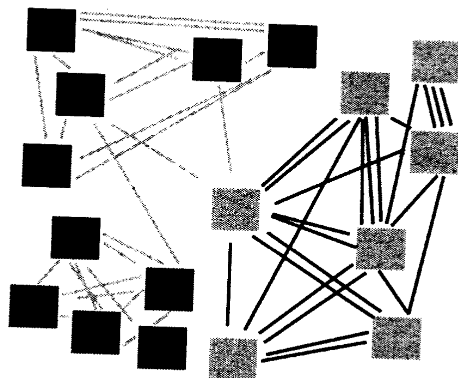


Fig. 15 – *Reţeaua relaţiilor sociale în culturile colectiviste*

(*Sursa*: http ://www.culture-at-work.com/highlow.html)

În culturile cu grad scăzut de dependenţă contextuală atenţia interactanţilor se concentrează asupra cuvintelor, ideilor, semnificaţiilor. Semnificaţiile sunt exprimate în text explicit, nonambiguu şi decodificate pe baza informaţiei transmise literal. Sunt valorizate formele directe de comunicare, textul se organizează linear, pe baza argumentelor logice, mesajele au un grad ridicat de structurare, informaţia este bine focalizată. Elementele nonverbale sunt puţin importante, iar cuvântul joacă un rol decisiv în constituirea relaţiilor interpersonale şi sociale. În aceste culturi, accentul se pune pe individ, nu pe grup, pe momentul prezent sau pe viitor, nu pe trecut, relaţiile dintre oameni sunt superficiale şi tranzitorii, indivizii manifestă receptivitate la nou şi la schimbare. Graniţa *in-grup/out-grup* este superficială, uşor de trecut. Aceste tendinţe se manifestă în culturile occidentale.

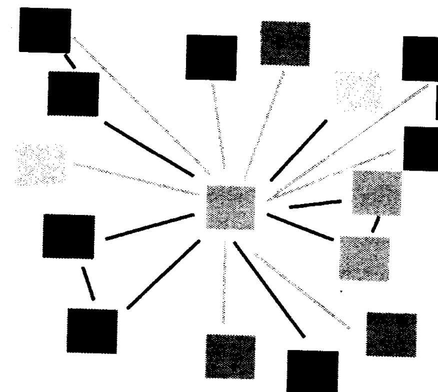


Fig. 16 – *Reţeaua relaţiilor sociale în culturile individualiste*

(*Sursa*: http ://www.culture-at-work.com/highlow.html)

Pe continuumul dependenţă mare faţă de context – dependenţă mică faţă de context, câteva dintre culturile lumii se dispun astfel: China, Japonia, Coreea de Sud, ţările arabe, America Latină, Italia, Marea Britanie, Franţa, America de Nord, o parte din ţările scandinave, Germania. De exemplu, limba chineză este, în mod implicit, un sistem puternic dependent de context: pentru a folosi un dicţionar al limbii chineze, utilizatorul trebuie să cunoască un număr mare de simboluri, a căror semnificaţie se schimbă în funcţie de combinaţiile în care intră. Ceremonia ceaiului la japonezi se bazează pe gesturi extrem de subtile învestite cu semnificaţii importante pentru participanţi.

5.3. *Modelul lui Geert Hofstede. Parametrii de variaţie culturală*

O influenţă deosebită asupra studiilor actuale de antropologie culturală, comunicare interculturală, comunicare organizaţională o are teoria variaţiei culturale propusă de Geert Hofstede în

1984, dezvoltată în 1997 şi 2001. Modelul dimensiunilor de variaţie culturală, elaborat de Geert Hofstede, include elemente propuse în modelele precursorilor săi în domeniu.

Conform acestei teorii, diferenţele dintre culturi pot fi captate prin cinci parametri de variaţie culturală: individualism/colectivism, masculinitate/feminitate, distanţa faţă de putere, evitarea incertitudinii, orientarea temporală.

Modelul propus de Hofstede este unul „sintetic", „artificial" (deci nu „natural"), în sensul că absolutizează, din necesităţi metodologice, unul sau altul dintre polii fiecărei dimensiuni de variaţie, fără a surprinde interrelaţionările dintre aceste dimensiuni. Totuşi, modelul este foarte productiv în cercetările actuale, oferind o bază unitară de investigare şi comparare a culturilor.

• ***Individualism/colectivism.*** Această dimensiune captează caracteristicile reţelei sociale, relaţiile dintre indivizi, atitudinile individului faţă de ceilalţi, relaţia dintre identitatea personală şi identitatea de grup. Termenii se raportează exclusiv la relaţiile din cadrul grupului social, fără nicio conotaţie politică.

În *culturile individualiste* accentul cade asupra individului, asupra *eu*-ului. Sistemul relaţiilor sociale este lax: membrii colectivităţii se angajează în relaţii superficiale, puţin durabile, bazate pe avantajul reciproc, se promovează un mod solitar de viaţă şi conceptul de familie restrânsă, spaţiul personal este bine protejat, iar necesitatea de intimitate (*privacy*) este foarte puternică. Sunt valorizate competiţia şi independenţa individului faţă de grup: independenţa de acţiune orientată spre rezolvarea problemelor, independenţa de gândire şi decizie, asumarea răspunderii individuale, exprimarea punctului de vedere, detaşarea individului de grup prin unicitate şi originalitate. Individul este interesat de satisfacerea nevoilor personale, de autorealizare; primează scopurile personale în faţa scopurilor de grup. Inegalitatea dintre membrii grupului este acceptată.

În *culturile colectiviste* accentul cade asupra grupului, asupra colectivului *noi*. Sistemul relaţiilor sociale este relativ rigid: are

o organizare internă clară, bine precizată, relaţiile dintre membrii societăţii sunt profunde, de durată, bazate pe loialitate şi moralitate, sunt promovate viaţa în cadrul comunităţii şi conceptul de familie lărgită, acţiunile colective, constituirea spaţiului public. Oamenii apreciază cooperarea, binele public, dependenţa individului faţă de grup, sincronizarea acţiunilor individuale cu cele ale grupului, conservarea unor relaţii armonioase în cadrul acestuia, comunitatea de gândire şi răspunderea colectivă, conformitatea cu grupul şi respectarea normelor de grup. Primează scopul de grup şi loialitatea faţă de acesta, nu atingerea intereselor personale. Este promovată egalitatea între membrii grupului. Rezultatul cercetării desfăşurate de G. Hofstede în 1984, incluzând 40 de ţări, care au fost evaluate în funcţie de locul pe care îl ocupă pe axa individualism/colectivism, arată că cele mai individualiste culturi din lume erau, la acea dată, Statele Unite, Australia, Marea Britanie, Canada, Olanda, iar cele mai colectiviste, Venezuela, Columbia, Pakistan, Perú, Taiwan. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de individualism: Statele Unite – 91, Olanda – 80, Franţa – 71, Germania – 67, Rusia – 50, Japonia – 46, Hong Kong – 25, China şi Africa de Vest – 20, Indonezia – 14. Aproximativ 70% din populaţia globului trăieşte în societăţi preponderent colectiviste. Se observă că majoritatea societăţilor individualiste sunt ţări dezvoltate economic sau situate în Vest, în timp ce gradul de colectivism are un indice ridicat în special în ţările mai puţin dezvoltate economic (Japonia este excepţia acestei generalizări)[1].

1. Schwartz (1994) şi Triandis (1995) corelează dimensiunea individualism/colectivism cu dimensiunea „distanţa faţă de putere" (vezi *infra*) şi fac distincţie între individualismul pe orizontală (bazat pe egalitate) şi colectivismul pe verticală (bazat pe ierarhie), respectiv între individualismul pe orizontală (bazat pe egalitate) şi individualismul pe verticală (bazat pe ierarhie). Astfel, Coreea şi Filipine prezintă un colectivism pe orizontală, în timp ce naţiunile din sudul Europei (vezi proverbul românesc „Capul plecat sabia nu-l taie") şi Japonia (vezi proverbul „Ciocanul bate cuiul care iese în afară"), un

• ***Masculinitate/feminitate.*** Această dimensiune reflectă valorile dominante în societate: valorile asociate cu masculinitatea, respectiv cu feminitatea, precum şi relaţia dintre cele două sexe în raport cu diverse roluri sociale.

În culturile *masculine* sunt cultivate valori precum puterea, ambiţia, asertivitatea, agresivitatea, eroismul, rezolvarea conflictelor prin luptă, obiectele, banii, competiţia, succesul, progresul; munca este unul dintre scopurile vieţii, sunt conservate funcţiile sociale tradiţionale ale celor două sexe (femeile trebuie să fie blânde şi capabile de sentimente puternice, să se ocupe de treburile casnice, în timp ce bărbaţii trebuie să fie duri şi ambiţioşi, să asigure familiei cele necesare traiului, să ocupe poziţii de conducere). Sunt apreciate persoanele puternice, inteligente, nu există milă pentru cei slabi, săracii sunt condamnaţi de societate, standardele estetice se înscriu în sfera lui „mare" şi „repede".

În culturile *feminine* este valorizată egalitatea între sexe, sunt promovate comportamentele androgine şi relaţiile sociale armonioase, sunt valorizate atribute feminine cum ar fi prietenia, înţelegerea, intuiţia, frumuseţea, bunătatea, generozitatea, solidaritatea, modestia, egalitatea, compasiunea, emoţia; conflictele se rezolvă prin negociere şi compromis. Relaţiile dintre rolurile sociale ale celor două sexe sunt flexibile: băieţii şi fetele studiază aceleaşi materii la şcoală, femeile şi bărbaţii pot ocupa aceleaşi poziţii în societate, desfăşoară aceleaşi tipuri de activităţi, îşi asumă aceleaşi tipuri de obligaţii. Oamenii muncesc pentru a

colectivism pe verticală. Individualismul din Statele Unite este structurat pe orizontală, valorizând creativitatea şi ieşirea din şablon, în timp ce individualismul din Suedia şi Norvegia este structurat pe verticală, valorizând egalitatea membrilor societăţii. O modalitate diferită de conceptualizare a acestei dimensiuni a fost propusă de Gudykunst, Ting-Toomey şi Chua (1988): universalism/particularism; membrii culturilor universaliste tind să aplice aceleaşi standarde de evaluare şi interpretare în relaţie cu toţi membrii societăţii, în timp ce membrii culturilor particulariste tind să-şi adapteze standardele de evaluare şi interpretare în funcţie de situaţiile concrete de interacţiune.

trăi, sunt dispuşi să-i ajute pe cei săraci, idealul societăţii este bunăstarea, iar protejarea mediului, o prioritate.

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele ţări se numărau printre cele mai „masculine": Japonia, Australia, Venezuela, Italia, Elveţia; următoarele ţări ocupau primele locuri printre cele „feminine": Suedia, Norvegia, Olanda, Danemarca, Finlanda. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de masculinitate: Japonia – 95, Germania – 66, SUA – 62, Hong Kong – 57, China – 50, Indonezia şi Africa de Vest – 46, Franţa – 43, Rusia – 40. Se observă că gradul de masculinitate este ridicat în Japonia şi în unele ţări europene ca Germania, Austria, Elveţia, moderat în ţările anglo-saxone, relativ scăzut în unele ţări latine şi în Asia, scăzut în ţările nordice şi în Olanda.

• ***Distanţa faţă de putere.*** Acest parametru măsoară felul în care indivizii aflaţi în poziţii ierarhice inferioare percep distanţa la care se situează faţă de putere[1].

În culturile în care *distanţa faţă de putere este mare*, indivizii consideră că puterea şi autoritatea sunt prestabilite, predeterminate, acceptă ierarhia socială şi inegalitatea; respectă statutul şi rangul; acceptă subordonarea (şi, de pildă, ideea că subordonaţii nu iau parte la decizii). Cu cât distanţa faţă de putere este mai mare, cu atât posibilităţile individului de a urca pe scara socială sunt mai limitate. Cei care deţin puterea îşi asumă

1. O dimensiune identificată de Trompenaars (1993) completează dimensiunea prezentată de Hofstede, şi anume: statut conferit (engl. *ascription*) *vs* statut obţinut (engl. *achievement*). În prima categorie intră societăţile în care sexul, descendenţa, vârsta, poziţia socială conferă individului statut; în a doua categorie intră societăţile în care statutul se câştigă prin eforturi personale. În primul tip de societăţi (dominate de valorile confucianismului), individul se defineşte prin poziţia ocupată în cadrul grupului, iar în al doilea tip de societăţi individul se defineşte prin realizările sale (în Europa Centrală şi de Nord, în Statele Unite).

responsabilităţile ce le revin în respectiva poziţie, îşi supraveghează îndeaproape subordonaţii, au tendinţa de a se diferenţia de ceilalţi prin privilegii, însemne, atitudini, mod de a vorbi, elitismul este o normă de comportament. Indivizii îşi dobândesc statutul în societate în virtutea a ceea ce „sunt" (descendenţă familială, vârstă, afiliere la anumite grupuri sociale, relaţii, educaţie, titlu); de aceea, indiferent de ceea ce fac, nu îşi pierd statutul, ci eventual doar respectul celorlalţi pentru că nu şi-au valorificat la maximum potenţialul. Printre comportamentele tipice societăţilor în care distanţa faţă de putere este mare se numără: subordonaţii nu pun în discuţie deciziile şefilor, elevii evită să pună întrebări profesorilor, copiii manifestă obedienţă şi respect faţă de părinţi, ideile originale şi libertatea de gândire sunt descurajate sau sancţionate, diferenţele de salarii între şefi şi subalterni sunt foarte mari, comunicarea dintre superiori şi inferiori are un caracter formal, stilul de conducere în instituţii este autoritar şi paternalist. Inegalitatea este statuată prin doctrinele economice (ierarhie, stratificare), politice (oligarhie, autocraţie, schimbarea sistemului prin revoluţie) şi religioase (supunere, contemplare).

În culturile în care *distanţa faţă de putere este mică*, indivizii consideră ierarhia o structură care asigură buna funcţionare a societăţii şi conştientizează posibilitatea de a accede în poziţii de putere prin merite personale, ca şi posibilitatea de a contesta deciziile şefilor, dacă acestea sunt proaste; persoanele aflate la putere minimalizează inegalitatea socială, promovează relaţii de egalitate cu inferiorii, încurajează şi răsplătesc iniţiativa inferiorilor. Indivizii îşi dobândesc statutul social în virtutea a ceea ce „fac" (realizări personale, succese, merite) şi trebuie să acţioneze în permanenţă pentru a nu-şi pierde statutul; copiii sunt trataţi în cadrul familiei de pe poziţii de egalitate, elevii discută cu profesorii şi pun întrebări, sunt apreciate şi promovate ideile originale şi libertatea de gândire, salariile nu reflectă ierarhia, ci importanţa activităţii unui individ, comunicarea dintre superiori şi inferiori are caracter informal, stilul de conducere în instituţii este democratic,

bazat pe consultări cu toţi membrii instituţiei. Egalitatea este statuată prin doctrinele economice (rolul angajatului în construirea bunăstării), politice (pluralism, democraţie, evoluţie) şi religioase (faptele, bune sau rele, sunt judecate drept de către o instanţă supremă, indiferent de statutul social al omului).

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele ţări preferau distanţe mari faţă de putere: Filipine, Mexic, Venezuela, India, fosta Iugoslavie. Distanţe mici faţă de putere se înregistrau în: Austria, Israel, Danemarca, Noua Zeelandă, Irlanda. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici privind distanţa faţă de putere: Rusia – 95, China – 80, Indonezia – 78, Africa de Vest – 77, Franţa şi Hong Kong – 68, Japonia – 54, SUA – 40, Olanda – 38, Germania – 35. Se observă că indicele distanţei faţă de putere este mare în ţările latine, asiatice şi africane şi mici în ţările germanice.

• ***Evitarea incertitudinii.*** Acest parametru măsoară gradul în care oamenii dintr-o societate sunt afectaţi de situaţii pe care le percep ca nesigure, neclare, nestructurate, riscante şi doresc să le evite printr-un sistem clar de reguli sau, dimpotrivă, le pot gestiona fără un nivel ridicat de stres. Vom distinge deci la un capăt al axei societăţi în care nivelul evitării incertitudinii este ridicat, iar la celălalt capăt, societăţi în care nivelul evitării incertitudinii este scăzut.

Culturile care tind *să evite incertitudinea* consideră necunoscutele vieţii de zi cu zi o ameninţare, aşa încât încearcă să o reducă. Oamenii gândesc: „Ce e diferit, e periculos" (Hofstede, 1984, p. 119). Există printre membrii societăţii un nivel ridicat de stres şi un sentiment de anxietate. Aceste culturi se caracterizează prin: stabilitate socială, tendinţa de structurare a activităţilor sociale printr-un sistem rigid de reguli formale a căror nerespectare este sancţionată, comportament raţional şi interiorizarea emoţiei, evitarea riscului, a ambiguităţii, a hazardului, a conflictului, a necunoscutului, planificare riguroasă, respectarea ceremoniilor tradiţionale, rigiditate şi dogmatism, conservatorism şi rezistenţă

la schimbare, respingerea ideilor deviante de la normă, intoleranţă, precizie şi punctualitate, preocupare specială pentru consens social şi nevoia accentuată de securitate şi afiliere la grup, tabuuri numeroase, impuse în special copiilor, preferinţa pentru teorii grandioase şi generale, xenofobie, naţionalism, extremism, fundamentalism. În plan filosofic şi religios, aceste societăţi cred în adevărul suprem, absolut.

Culturile care *acceptă incertitudinea* o consideră ca o trăsătură inerentă a vieţii de zi cu zi; de aceea, nivelul stresului este scăzut şi predomină un sentiment de confort psihic. Ele se caracterizează prin: ritm rapid al schimbărilor sociale, acceptarea riscului şi a nesiguranţei, a noutăţii privite cu curiozitate, sistem lax de reguli ce pot fi uşor schimbate dacă se dovedesc nefuncţionale, iniţiativa personală şi ideile deviante de la normă, flexibilitate şi adaptabilitate, toleranţă, atitudine relaxată faţă de timp, munca văzută ca o necesitate, dar, în acelaşi timp, leneveala acceptată ca plăcută, regionalism, internaţionalism, relativism, empirism. Oamenii gândesc: „Tot ce este astfel stârneşte curiozitate" (Hofstede, 1984, p. 119).

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele ţări evită incertitudinea: Grecia, Portugalia, Belgia, Japonia, fosta Iugoslavie; Singapore, Danemarca, Suedia, Hong Kong, Irlanda acceptă incertitudinea. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de evitare a incertitudinii: Japonia – 92, Rusia – 90, Franţa – 86, Germania – 65, Africa de Vest – 54, Olanda – 53, Indonezia – 48, SUA – 46, Hong Kong – 29. Se observă că indicii de evitare a incertitudinii sunt ridicaţi în ţările latine, în Japonia şi în ţările de limbă germană, dar scăzuţi în ţările anglo-saxone, nordice şi în China. De asemenea, Hofstede (1984) observa că ţările în care gradul de evitare a incertitudinii este ridicat sunt mai ales cele catolice, în timp ce ţările în care gradul de evitare a incertitudinii este scăzut sunt mai ales protestante, hinduse, budiste. S-a observat că locuitorii din nordul Statelor Unite tolerează mai uşor ambiguitatea decât cei din sud.

• ***Orientarea temporală.*** Parametrul, numit şi *dinamism confucianist*, descrie „orizontul de timp" al societăţii şi reflectă modul în care societatea conceptualizează virtutea în raport cu adevărul. Pe baza acestei dimensiuni de variaţie, se face distincţie între societăţi cu orientare pe termen lung şi societăţi cu orientare pe termen scurt.

În culturile cu *orientare pe termen lung* sunt valorizate austeritatea, parcimonia, perseverenţa. Aceste societăţi sunt orientate spre viitor. Sunt societăţi monocronice, în care oamenii îşi planifică atent activităţile şi se angajează într-o singură activitate la un moment dat; nivelul de concentrare în îndeplinirea activităţilor este ridicat.

În culturile cu *orientare pe termen scurt* sunt valorizate respectul pentru tradiţie, sentimentul obligaţiei sociale, tendinţa de protejare a imaginii personale. Aceste societăţi sunt orientate spre trecut sau spre prezent. Sunt societăţi policronice, în care oamenii tind să se angajeze în mai multe activităţi deodată; nivelul de concentrare pe fiecare activitate este relativ scăzut.

China, Hong Kong, Taiwan, Japonia, Coreea de Sud, India sunt culturi cu orientare pe termen lung; ţările musulmane, ţările africane, Marea Britanie, Statele Unite, Pakistan sunt culturi cu orientare pe termen scurt. Un indice mediu al orientării temporale au Olanda, ţările nordice, Franţa, Germania.

* * *

Corelaţiile preferenţiale stabilite între parametrii de variaţie culturală sunt următoarele: individualism/colectivism – masculinitate/feminitate; distanţa faţă de putere – evitarea incertitudinii. Din prima corelaţie au rezultat următoarele date: culturi individualiste masculine sunt Statele Unite, ţările anglo-saxone, culturile germanice, Italia, Ungaria, Polonia, Cehia; culturi individualiste feminine sunt ţările nordice, Olanda, Franţa, Malta; culturi colectiviste masculine sunt Grecia, ţările arabe, Mexic,

Venezuela, China, Japonia; culturi colectiviste feminine sunt Portugalia, Spania, Rusia, Bulgaria, Costa Rica, Chile, Thailanda, Coreea. Din a doua corelaţie au rezultat următoarele date: ţările nordice, ţările anglo-saxone, Statele Unite, Olanda se caracterizează prin distanţă mică faţă de putere şi nivel scăzut de evitare a incertitudinii, în timp ce ţările germanice, Ungaria, Israel se caracterizează prin distanţă mică faţă de putere şi nivel ridicat de evitare a incertitudinii; China şi India prezintă distanţă mare faţă de putere şi nivel scăzut de evitare a incertitudinii, în timp ce ţările latine, ţările musulmane, Japonia, Coreea, ţările din Europa de Est prezintă distanţă mare faţă de putere şi nivel ridicat de evitare a incertitudinii.

O grupare a ţărilor în funcţie de variaţia culturală poate crea o imagine sintetică generală a culturilor lumii, chiar dacă există variaţii uneori semnificative în cadrul unui grup (*apud* Ronen, 1986):

Grupul de ţări	Individualism/ Colectivism	Feminitate /Masculinitate	Distanţa faţă de putere	Evitarea incertitudinii
Ţările nordice	2	6	6	6
Ţările germanice	4	1	5	3
Ţările anglo-saxone	1	2	4	5
Europa latină	3	5	3	1
America Latină	6	3	2	2
Orientul Îndepărtat	5	4	1	4

O privire globală asupra valorilor înregistrate de diferite culturi la fiecare dintre cei cinci parametri îl conduce pe Geert Hofstede la următoarea afirmaţie:

O grupare a valorilor înregistrate pentru diferite ţări poate da indicii în legătură cu rădăcinile diferenţelor culturale. Acestea ar trebui căutate în istoria comună a ţărilor cu valori similare [pentru cele cinci dimensiuni]. Toate ţările latine, de exemplu, înregistrează valori ridicate pe axa distanţei faţă de putere şi a evitării incertitudinii. Ţările latine (în care astăzi se vorbeşte o limbă romanică, de pildă spaniola, portugheza, franceza, italiana) au moştenit cel puţin o parte a civilizaţiei lor de la Imperiul Roman, caracterizat în epocă prin existenţa unei autorităţi centrale la Roma şi un sistem de legi aplicabile cetăţenilor de pretutindeni. Acest fapt a sădit în mintea cetăţenilor un complex de valori pe care îl regăsim şi azi în aceste ţări: centralizarea a promovat distanţa mare faţă de putere, iar rolul crescut al legii a promovat tendinţa puternică de evitare a incertitudinii. În Imperiul Chinez a existat, de asemenea, un sistem centralizat, dar fără un sistem fix de legi: era guvernat mai degrabă de oameni decât de legi. În ţările care au aparţinut cândva Imperiului Chinez, mentalitatea promovată în trecut se reflectă azi în distanţa mare faţă de putere, dar cu o tendinţă medie-mică de evitare a incertitudinii. Partea germanică a Europei, inclusiv Marea Britanie, nu a reuşit niciodată să instaureze o autoritate centrală comună de durată, astfel încât ţările care au moştenit această civilizaţie prezintă o distanţă faţă de putere relativ redusă. Asumpţiile privind rădăcinile istorice ale diferenţelor culturale sunt de natură speculativă, dar, în exemplele date aici, sunt plauzibile. În alte cazuri, rămân ascunse în evenimentele derulate în istorie (http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/page3.htm).

Prezentarea schematică a dimensiunilor de variaţie culturală necesită unele precizări.

Dimensiunile de variaţie culturală formează un continuum: la extremităţi se plasează individualismul/colectivismul, masculinitatea/feminitatea, distanţa mare/mică faţă de putere, gradul ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii; de-a lungul continuumului, diversele culturi se plasează în diferite puncte, conform indicelui rezultat din măsurătorile sociometrice.

În acelaşi timp, în toate culturile există tendinţe spre individualism şi colectivism, spre masculinitate şi feminitate, situaţii

în care distanţa faţă de putere şi gradul de evitare a incertitudinii sunt mai mari sau mai mici (Triandis, 1995).

Caracterizarea unei culturi ca individualistă/colectivistă, masculină/feminină etc. nu are valoarea unui „diagnostic precis", ci este un cadru general de înţelegere şi interpretare a unor comportamente observabile în societate. Mai utilă decât caracterizarea unei culturi este comparaţia dintre două culturi, care permite observarea unor diferenţe mai mari (complementaritate) sau mai mici (similitudine) între acestea. În orice caz, dimensiunile de variaţie culturală trebuie interpretate ca generalizări care permit predicţii asupra comportamentelor sociale şi individuale şi care formează bazele explicării unitare a diferenţelor observate în comportamentul indivizilor proveniţi din diverse culturi.

O cultură se manifestă ca o sumă de patternuri culturale, importante în diferite grade pentru ansamblu; interacţiunea dintre ele este complexă, iar formele posibile de manifestare sunt, în consecinţă, variate. Aspecte specifice ale unei culturi pot fi rezultatul nu doar al unei dimensiuni, ci al interacţiunii dintre două-trei dimensiuni de variaţie culturală. De exemplu, modul în care vorbitorii au tendinţa de a interacţiona cu străinii se plasează la intersecţia specifică dintre două axe: individualism/colectivism şi evitarea incertitudinii. Astfel, membrii culturilor colectiviste se simt mai nesiguri când interacţionează cu persoane din afara grupului, în timp ce membrii culturilor individualiste nu fac această diferenţă.

În caracterizarea unei culturi de-a lungul unei axe de variaţie culturală trebuie avută în vedere valoarea funcţională a trăsăturii identificate, modul în care societatea respectivă investeşte cu valoare un anumit stimul. De exemplu, asertivitatea (abilitatea individului de a-şi formula clar un punct de vedere distinct, fără a-l leza însă pe interlocutor – engl. *assertiveness*) este valorizată pozitiv în Statele Unite, dar negativ în culturile orientale, unde sunt apreciate supunerea, modestia, reţinerea. Tracul (emoţia pe care o are individul pus în situaţia de a se manifesta public, de exemplu în cadrul unui discurs – engl. *apprehension*) este interpretat negativ în Statele Unite, dar pozitiv în cultura chineză. Şi, în ciuda posibilităţii de echivalare a unor concepte dintr-o cultură în alta, se pare că unele rămân totuşi specifice unei culturi date: ***assertiveness*** şi ***apprehension*** sunt funcţionale în cultura americană, în timp ce ***amae, sasshi, ishin, denshin***, doar în cultura japoneză.

Caracterizarea generală aplicată unei societăţi trebuie văzută ca tendinţă în cadrul societăţii, deci nu identică pentru fiecare individ în parte, care, mai mult decât o sumă de trăsături specifice culturii, este, în proporţii diferite, produsul unor factori complecşi, care ar putea fi subsumaţi educaţiei, şi al personalităţii.

Pe fondul unor trăsături culturale comune apar variaţii de la o regiune la alta a unei culturi, de la un grup la altul de indivizi, de la o subcultură la alta, ceea ce determină o relaţie specială a acestora cu ansamblul cultural în care se integrează.

Între patternurile culturale există aparente contradicţii, care au însă o coerenţă internă în cadrul sistemului respectiv. De pildă, în Statele Unite valorile individualismului (accentuarea eului şi a intereselor individuale) intră în contradicţie cu valorile umanismului (generozitatea, ajutarea săracilor, sprijinirea ţărilor în curs de dezvoltare); în China confucianistă sau budistă, valorizarea armoniei sociale intră în contradicţie cu diferenţele mari înregistrate între membrii diverselor clase sociale/caste.

Patternurile culturale se pot modifica în timp, fie ca urmare a evoluţiei interne a sistemului, fie ca urmare a influenţelor externe; deci valorile măsurate pentru o dimensiune culturală pot varia în timp.

Diferenţele dintre culturi nu sunt întâmplătoare, ci motivate, în proporţii diferite, de factori geografici, istorici, religioşi, economici, sociali, politici etc.

5.4. *Modelul lui Ronald Inglehart*

Inglehart a realizat un studiu (care a antrenat aproximativ 60.000 de respondenţi din 43 de ţări din diverse părţi ale lumii) pentru a vedea atitudinea oamenilor faţă de muncă şi câteva activităţi corelative : importanţa pe care oamenii o acordă muncii, siguranţa locului de muncă, perspectivele de promovare în muncă, utilitatea socială a muncii, responsabilitatea în procesul muncii, interesul faţă de munca depusă, desfăşurarea activităţilor sub presiune, preocuparea de a avea realizări, mărimea salariilor, rolul sindicatelor ; importanţa acordată în societate timpului liber, vacanţelor ; amabilitatea oamenilor, iniţiativa lor, deschiderea spre alţi oameni, abilităţile de relaţionare. Pe baza acestor parametri, autorul identifică două dimensiuni fundamentale de variaţie : 1) autoritate tradiţională (obedienţă faţă de autoritatea tradiţională, adeseori religioasă, importanţă acordată familiei şi obligaţiilor comunitare, mândrie naţională, tendinţă spre naţionalism) *vs* autoritate secular-raţională (o viziune laică asupra lumii, în care autoritatea trebuie legitimată prin norme raţionale şi legale, o societate preocupată de acumulare şi realizări individuale) ; 2) valori ale supravieţuirii (muncă asiduă, nevoia de securitate materială, negarea eului) *vs* valori ale autoexprimării (calitatea vieţii, emanciparea femeilor şi a minorităţilor sexuale ca manifestare a exprimării libere a eului, toleranţă, încredere interpersonală). Harta de la pagina următoare prezintă repartizarea celor două variabile în lume.

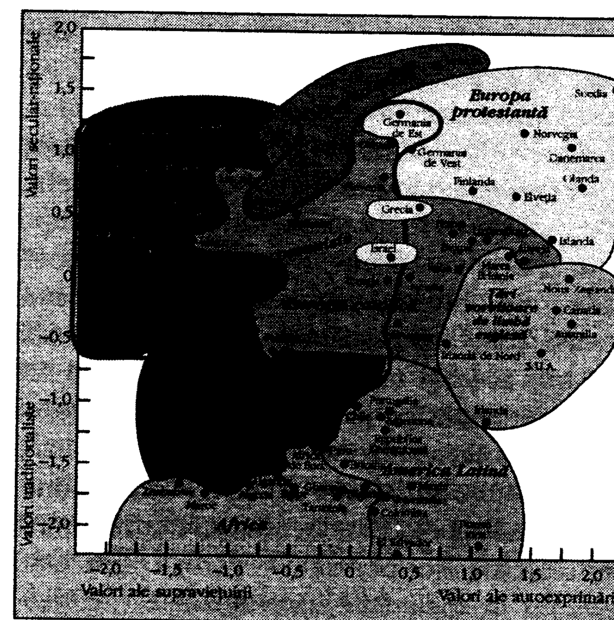


Fig. 17 – *Modelul lui Ronald Inglehart*

(*Sursa*: http ://www.worldvaluessurvey.org)

6. Emoţia şi cultura

Cercetările de antropologie au demonstrat că emoţiile sunt modelate de cultură atât ca input (ce evenimente particulare declanşează anumite emoţii la indivizii dintr-o cultură dată ; de exemplu, ce eveniment este perceput ca insultă sau ca pierdere), cât şi ca output (dacă şi cum se exteriorizează o anumită emoţie într-un context dat)[1].

Pe fondul unor trăsături comune, diferenţele culturale sunt variate şi ţin de conceptualizarea emoţiei, de maniera în care

1. Eibel-Eibesfeldt scria : „Omul este descris drept o fiinţă culturală, deoarece controlul impulsurilor înnăscute se realizează cu precădere

sunt trăite şi exprimate, de antecedentele care le declanşează. De exemplu: în societăţile individualiste, în care individul se percepe ca unic şi autonom, emoţia este conceptualizată ca o experienţă personală, subiectivă (în aceeaşi situaţie, indivizi diferiţi pot trăi emoţii diferite), în schimb, în societăţile colectiviste, unde individul se percepe ca parte a grupului, fiind preocupat de relaţia cu ceilalţi, emoţia este conceptualizată ca experienţă de grup obiectivă rezultată din relaţiile constituite în cadrul grupului (deci se presupune că în situaţii similare toţi indivizii vor trăi aceeaşi emoţie), individul având tendinţa de co-orientare emoţională cu grupul; într-o societate colectivistă cum este Turcia, educaţia universitară generează mândria individului care reuşeşte să ofere satisfacţie familiei sale, în timp ce într-o societate individualistă ca Olanda, educaţia universitară conduce la sentimentul satisfacţiei personale; verbalizarea emoţiei joacă un rol important în societăţile individualiste (*express yourself*), în timp ce în societăţile colectiviste emoţiile (negative sau pozitive) sunt considerate ameninţări la adresa armoniei de grup, aşa încât trebuie reţinute, neîmpărtăşite, neverbalizate, mascate (de exemplu, prin zâmbet, în cultura japoneză); în societăţile individualiste occidentale şi în Statele Unite pare să existe un ideal emoţional al individului (fericirea), în timp ce în societăţile colectiviste nu par să existe „reguli" sociale în domeniul emoţiei; automonitorizarea şi autocunoaşterea (inclusiv în termeni emoţionali) reprezintă un scop al educaţiei în societăţile occidentale, dar nu şi în cele orientale; în societăţile individualiste emoţiile negative sunt percepute mai intens, în timp ce în societăţile colectiviste sunt percepute mai intens emoţiile pozitive; aceeaşi emoţie, ruşinea, de pildă, are efecte negative asupra indivizilor din Olanda (care, trăind această emoţie, se retrag, preocupaţi de propria stare interioară), dar efecte pozitive asupra celor din Filipine (care, dimpotrivă, acţionează pentru a redresa relaţia

prin intermediul tiparelor culturale [...]. Eschimosul îşi reorientează impulsurile agresive sau sexuale prin alte modalităţi decât un massai sau un locuitor dintr-un oraş modern" (*apud* Terzea-Ofrim, 2002, p. 10).

compromisă); aceeaşi emoţie, mândria, de exemplu, este considerată pozitivă în Statele Unite, dar negativă în India, iar dragostea este o emoţie integral pozitivă în culturile occidentale, dar mai degrabă apropiată de emoţiile negative în cultura chineză; membrii culturilor cu grad de evitare a incertitudinii ridicat tind să-şi exprime emoţiile într-o măsură mai mare decât membrii culturilor în care gradul de evitare a incertitudinii este mai mic; nivelul de anxietate este mai ridicat în culturile cu grad ridicat de evitare a incertitudinii, iar disponibilitatea de asumare a riscului este mai mare în culturile cu grad scăzut de evitare a incertitudinii; chinezii sunt mai puţin expresivi în manifestarea emoţiilor decât americanii sau japonezii; în educarea copiilor, mamele din Statele Unite, ca şi cele din Japonia, evită să exprime emoţii negative în faţa copiilor. Variaţia culturală în domeniul cuvintelor care exprimă emoţii reflectă diferenţe de natură socio-psihologică (vezi capitolul I, „Emoţia").

Totuşi, dintre numeroasele emoţii identificate, şapte sunt considerate în mod curent emoţii universale: furia, dezgustul, teama, bucuria, tristeţea, surpriza, dispreţul (Ekman, 1973a; Ekman *et al.*, 1987).



Fig. 18 – *Expresiile faciale ale emoţiilor universale*

(*Sursa*: www.images.encarta.msn.com/.../pho/t629/T629002A.jpg)

Aceste emoţii sunt considerate universale deoarece se manifestă prin aceleaşi expresii faciale şi sunt recunoscute ca atare de către toţi indivizii, sunt percepute şi evaluate subiectiv în mod similar de membrii tuturor culturilor, cunosc aceleaşi mijloace de mascare. Mai mult chiar, se manifestă în condiţii similare la primatele nonumane.

O reprezentare interesantă a prototipurilor emoţionale în termenii scripturilor culturale propune Anna Wierzbicka (1997, p. 436):

TRISTEŢE
X simte ceva
Uneori cineva gândeşte ceva de felul acesta:
Ceva rău s-a întâmplat,
Aş fi vrut să nu se întâmple
De aceea aş fi vrut să fac ceva, dacă aş fi putut,
Dar nu pot să fac nimic;
Din acest motiv această persoană simte ceva rău.

Chiar şi aceste emoţii, deşi universale, sunt supuse variaţiei culturale. Reguli de etalare a emoţiilor, învăţate la vârste foarte fragede, modifică expresia acestor emoţii: antecedente, intensitate, manifestări concrete, percepţii subiective. De exemplu, furia este declanşată de injustiţia socială doar în societăţile în care distanţa faţă de putere este mică, nu şi în societăţile cu distanţa mare faţă de putere; frecvent în Statele Unite, dar mai rar în Japonia, bucuria este provocată de realizări ale membrilor familiei sau de realizări personale în plan social; tristeţea este prilejuită de relaţiile dintre indivizi rareori în Statele Unite, dar frecvent în Japonia; teama generată de relaţiile interumane este frecventă în Japonia, puţin frecventă în Statele Unite; intensitatea emoţiei (perioada de timp cât este trăită o emoţie) pare mai mare în Statele Unite, în timp ce în Japonia emoţiile par mai superficiale, de scurtă durată; americanii au tendinţa de a căuta şi înţelege cauzele emoţiilor pe care le trăiesc, în timp ce japonezii

manifestă pasivitate în faţa trăirilor interioare; verbalizarea emoţiei este semnificativă în Statele Unite, neimportantă în Japonia; furia este generată de nedreptatea socială doar în societăţile în care distanţa faţă de putere este mică, nu şi în ţările cu distanţă mare faţă de putere.

În concluzie, emoţiile joacă un rol decisiv în strategiile acţionale şi lingvistice la care recurg indivizii pentru rezolvarea problemelor survenite în cadrul interacţiunii sociale.

7. Identitatea culturală

Termenul *identitate* se foloseşte generic, în sociologie şi în psihologie, pentru a desemna modul în care individul se conceptualizează pe sine ca entitate distinctă, împărtăşind trăsături comune cu membrii unui grup, dar şi diferenţiatoare în raport cu aceştia, chiar unice. Identitatea îi oferă individului cadrul general de interpretare a stimulilor primiţi din mediu, explică expectaţiile şi motivaţiile pentru acţiunile, gândurile, sentimentele sale. Este rezultatul interacţiunilor complexe dintre identitatea personală (identitatea construită de individ în raport cu propriul ideal şi prin interacţiunea cu ceilalţi) şi identitatea de grup (identitatea socială).

Identitatea culturală este identitatea împărtăşită de membrii aceleiaşi culturi. Este un caz particular, dar cel mai complex, al identităţii sociale. Identitatea culturală rezultă din interacţiunea complexă a identităţii personale cu identitatea de grup. Grupul social relevant îl reprezintă grupul relativ larg format din membrii aceleiaşi culturi, adică din indivizi care împărtăşesc aceleaşi credinţe, obiceiuri, valori, sisteme de simbolizare etc. (vezi *supra*, II.1, 2, 5-6). Elementele fundamentale ale identităţii culturale sunt: religia, istoria (vezi *supra*, II.4) şi limba (vezi *infra*, capitolul III). Identitatea culturală este identitatea supraordonată

care configurează şi, totodată, rezultă din identitatea personală şi identitatea de grup a individului.

7.1. *Identitatea personală*

Identitatea personală (engl. *self-identity, self-concept, personal identity*) este suma tuturor cunoştinţelor şi percepţiilor despre sine ale unei persoane, incluzând atribute (caracteristici) fizice, psihice, sociale modelate de atitudinile, obiceiurile, credinţele, ideile persoanei respective. Părţi importante ale identităţii personale, fără a se confunda cu aceasta, sunt imaginea de sine, respectul de sine şi conştiinţa de sine. *Imaginea de sine* este imaginea mentală pe care un individ o are despre sine în legătură cu trăsăturile lui obiective (înălţime, greutate, sex, culoarea părului, timbrul vocii, coeficient de inteligenţă, capacitate de gestionare a emoţiei etc.) sau cu imaginea pe care şi-a format-o despre sine prin interacţiune socială (un foarte bun sportiv, cel mai rapid alergător, om cu simţul umorului, impulsiv etc.) şi în urma internalizării unor caracterizări făcute de cei cu care a interacţionat (un foarte bun orator, o persoană cu un scris foarte frumos, o persoană de încredere, o persoană de obicei puţin luată în seamă de colegi etc.). *Respectul de sine* (engl. *self-esteem*) reprezintă percepţiile personale subiective ale individului în legătură cu importanţa/valoarea cu care se autoînveşteşte. Autocunoaşterea exprimă preocuparea de sine a individului, capacitatea lui de a se autoevalua şi automonitoriza. Identitatea personală este rezultatul activităţilor reflexive ale individului, precum şi al activităţilor sale interacţionale.

Identitatea personală este o sumă a unor identităţi parţiale, activate în funcţie de context: într-un concurs de frumuseţe se activează identitatea care strânge la un loc elementele de natură fizică şi estetice, într-un concurs de cunoştinţe generale este activată identitatea ce însumează percepţiile legate de coeficientul de inteligenţă, cunoştinţe, spontaneitate, viteză de reacţie, capacităţi de verbalizare, gestionarea emoţiei etc.

7.2. *Identitatea socială*

Identitatea socială desemnează conştiinţa individului de apartenenţă la diverse grupuri: grupuri de vârstă, rasiale, lingvistice, organizaţii, echipe sportive, grupuri profesionale şi de interese, grupări religioase etc. Un individ face parte simultan din mai multe grupuri, cu care se identifică, şi este identificat în grade diferite şi în funcţie de contextul de interacţiune. La serviciu, individul se identifică cu grupul său profesional şi cu organizaţia/corporaţia din care face parte, pe terenul de tenis – cu grupul jucătorilor de tenis, la biserică – cu gruparea religioasă la care este afiliat etc. În activarea unei identităţi, celelalte sunt estompate în diverse grade, existând însă ca fundal. Toate aceste identităţi parţiale interacţionează, fireşte, construind identitatea socială complexă a unui individ.

Tajfel şi Turner (1986) identifică trei elemente care explică, pe baze sociologice şi psihologice, comportamentele de grup: categorizarea, identificarea, comparaţia.

a) *Categorizarea* este procesul de ordonare de către individ a stimulilor veniţi din mediu, prin gruparea lor într-o manieră semnificativă, astfel încât percepţiile individuale să capete semnificaţie. Altfel spus, este procesul prin care un individ

1. Există trei teorii principale privind categorizarea, modul în care indivizii includ obiecte în aceeaşi categorie sau în categorii distincte: 1) *teoria clasică*, fundamentată de Platon şi Aristotel, conform căreia obiectele sunt incluse în categorii bine definite şi delimitate pe baza asemănărilor, adică a genului proxim şi a diferenţei specifice; 2) *teoria grupării conceptuale* (engl. *conceptual clustering*), elaborată la începutul anilor '80, explicând felul în care mintea

este inclus/se include într-un grup[1]. Autorii disting între indivizi care au tendinţă spre categorizări largi (engl. *wide categorizers*) şi indivizi care au tendinţă spre categorizări restrânse (engl. *narrow categorizers*). Indivizii din prima serie sunt predispuşi să includă stimulii discrepanţi în aceeaşi categorie, să construiască cel mai adeseori categorii laxe, acceptând relativ uşor comportamentele deviante de la normă, să propună interpretări multiple pentru acelaşi stimul, evitând stereotipurile şi punând accentul pe strategii holiste de interpretare şi pe activităţi de sinteză, să traseze graniţe flexibile între membrii grupului şi indivizii din afara lui. Indivizii cu tendinţă spre categorizări restrânse sunt predispuşi să includă stimulii discrepanţi în categorii distincte, să construiască cel mai adeseori categorii rigide, acceptând greu comportamentele deviante de la normă, să producă interpretări rigide ale fenomenelor punând accentul pe detaliu şi raţionamente analitice, să menţină graniţe rigide între membrii grupului (engl. *ingroup*) şi persoanele din afara lui (engl. *outgroup*), să se bazeze pe stereotipuri rigide şi să construiască atribute (caracterizări) negative pentru cei din afara grupului.

b) *Identificarea* este procesul psihologic prin care individul se include într-un anumit grup ca formă de sporire a stimei de sine. Individul tinde să se asocieze grupurilor pe care le percepe pozitiv.

omului îşi reprezintă cunoştinţele: entităţile sunt clasificate în baza asemănărilor rezultate din descrierile conceptuale aplicate unor entităţi, care se pot regăsi simultan în mai multe clase (engl. *fuzzy sets*); 3) *teoria prototipului* (E. Rosch, G. Lakoff, R. Martin), conform căreia în centrul categoriei se află entitatea percepută a fi cea mai reprezentativă pentru categoria respectivă, în raport cu care celelalte elemente sunt mai puţin prototipice, adică situate la diferite distanţe faţă de centru. Această ultimă teorie aduce în discuţie subiectivitatea culturală a categorizării, în sensul că membrii diverselor culturi categorizează în mod diferit aceeaşi entitate.

c) Pentru *comparaţie*, indivizii observă două sau mai multe grupuri diferite, având tendinţa de a interpreta favorabil grupul de care aparţin. Compararea credinţelor, obiceiurilor, valorilor, acţiunilor duce la evaluarea grupului şi la definirea propriei identităţi.

Indivizii au identitate multiplă, complexă şi variabilă. Multiplă, deoarece, în funcţie de contextul de interacţiune, individul activează una sau alta dintre identităţile personale şi se identifică cu unul sau altul dintre grupurile din care face parte. Complexă, deoarece se construieşte din interacţiunea situaţională a identităţilor personale şi a celor sociale. Variabilă, deoarece identitatea (ca reprezentare simbolică a identităţilor) nu este un element constant, ci unul emergent, în continuă modificare, negociabil, odată cu integrarea de noi experienţe (pozitive sau negative) în sistemul individual de valori şi percepţii, odată cu implicarea în activităţi din medii sociale diverse, odată cu modificările survenite în mediul de interacţiune etc. Pe continuumul dintre polul identităţilor personale şi cel al identităţilor de grup, individul interacţionează pe baze interpersonale, respectiv pe baza poziţiei de grup, adică a poziţiei ocupate într-un grup determinat. S-a observat că, odată cu evoluţia relaţiei, indivizii par să-şi abandoneze identitatea culturală în favoarea identităţii personale. Deşi prezentă, identitatea culturală nu mai este relevantă în stadiile avansate ale relaţiilor interpersonale.

Zimmerman (1998, *apud* Gudykunst, 2003) distinge trei tipuri de identităţi care însoţesc orice persoană: identitatea transportabilă, esenţa unei fiinţe, pe care un individ o duce, o „transportă” cu el în toate situaţiile de interacţiune; identitatea situaţională, activată în funcţie de contextul de interacţiune; identitatea discursivă, construită local prin modul de a vorbi al persoanei. Construirea identităţilor este un proces subiectiv şi emergent, rezultatul interacţiunii complexe dintre context, individ şi grup.

Construirea identităţii este legată direct de alte două procese: *cunoaşterea socială* şi *construirea atributelor*.

Cunoaşterea socială (Fiske, Taylor, 1984) este capacitatea indivizilor de a se înscrie într-un sistem de relaţii sociale dobândind şi procesând informaţii despre ceilalţi pe baza unor scheme cognitive. În opinia autorilor citaţi, aceste scheme cognitive sunt:

(i) *schema cunoaşterii personale* – înţelegerea trăsăturilor şi a scopurilor individuale care influenţează comportamentele sociale ale persoanei, ale indivizilor particulari;
(ii) *schema cunoaşterii evenimenţiale* – cunoştinţele împărtăşite ale membrilor societăţii privind procedurile adoptate în ocazii şi la evenimente sociale particulare;
(iii) *schema cunoaşterii procedurale* – cunoştinţele indivizilor privind regulile de procesare a informaţiei prin punerea în relaţie specifică a diverşilor itemi de informaţie;
(iv) *schema cunoaşterii de sine* – automonitorizarea stării psihologice a individului care îl ghidează pe acesta în procesarea informaţiei, în integrarea stimulilor noi în sistemul experienţelor deja dobândite; rezultă din interacţiunea identităţii personale cu identitatea socială a individului;
(v) *schema cunoaşterii rolurilor sociale* – acel complex de elemente care sprijină structurarea percepţiilor şi răspunsul la stimuli pe baza unor cunoştinţe anterioare; un loc important îl joacă stereotipurile.

Teoria atribuirii (Heider, 1982) explică procesul prin care indivizii construiesc, elaborează atribute, adică explicaţii în legătură cu cauzele care au produs un eveniment. La baza elaborării acestor atribute, adică a găsirii explicaţiilor, stă un proces inferenţial (o serie de deducţii), expresia spiritului ştiinţific al oricărui individ de a găsi explicaţii pentru fenomenele din lumea înconjurătoare. Deducţiile pe care le face individul despre cauzele care au produs un eveniment se plasează pe trei dimensiuni general umane: intern/extern, controlabil/incontrolabil, stabil/instabil. Pe prima dimensiune, motivaţia internă pune producerea unui eveniment pe seama unor agenţi interni individului (*E numai vina mea!*), iar motivaţia externă, pe seama unor factori exteriori individului (*Dracu' m-a pus!*). Pe cea de a doua dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs de factori incontrolabili, care nu stau în puterea individului (*N-am avut ce face!*), care nu pot fi modificaţi de către acesta, sau de factori controlabili, asupra cărora individul poate acţiona (*A stat în puterile mele să...!*). Pe cea de a treia dimensiune, oamenii apreciază că evenimentul a fost produs de factori stabili, care nu se schimbă situaţional şi care produc acelaşi efect ori de câte ori acţionează (*Aşa e de când lumea şi pământul!*), sau de factori instabili, care se schimbă situaţional şi produc efecte diferite de la o situaţie la alta (*N-am fost pe fază de data asta!*). La o întrebare de tipul *Cum vă explicaţi victoria echipei de fotbal a României în faţa echipei...?*, se pot imagina diverse răspunsuri, care reflectă plasarea cauzelor pe cele trei axe (exemplu preluat din Mihăilescu, 2000):

- *Sportivii sunt foarte buni, sunt bine antrenaţi.* (cauză internă, controlabilă, stabilă)
- *Sportivii s-au antrenat mult pentru acest meci.* (cauză internă, controlabilă, instabilă)
- *Sportivii sunt foarte talentaţi.* (cauză internă, incontrolabilă, stabilă)
- *Sportivii au fost în formă.* (cauză internă, incontrolabilă, instabilă)
- *Sportivii au un antrenor foarte bun.* (cauză externă, controlabilă, stabilă)
- *Echipa adversă este slabă.* (cauză externă, incontrolabilă, stabilă)
- *Sportivii au profitat de vreme.* (cauză externă, incontrolabilă, instabilă)
- *Echipa României a avut noroc.* (cauză externă, incontrolabilă, instabilă)

S-a constatat că membrii culturilor individualiste au încredere limitată în elaborarea atributelor, în timp ce membrii culturilor

colectiviste se bazează în mod decisiv pe atributele construite în legătură cu membrii grupului; că în culturile individualiste există tendinţa elaborării unor atribute interne, în timp ce în culturile colectiviste există tendinţa elaborării unor atribute externe. S-a constatat, de asemenea, că procesul atribuirii joacă un rol limitat în comunicarea interculturală (comunicarea dintre membrii unor culturi diferite), deoarece indivizii percep interlocutorul ca imprevizibil. În ceea ce îi priveşte pe români, Vintilă Mihăilescu (2000) este de părere că aceştia tind să explice eşecurile prin cauze externe, instabile şi incontrolabile, în timp ce reuşitele tind să le explice prin cauze interne, instabile şi incontrolabile (*La Dumnezeu şi la români totul e posibil!*).

7.3. *Identitate personală şi identitate culturală*

Identitatea personală interacţionează cu identitatea culturală. Astfel, principala dimensiune de variaţie culturală, individualism/colectivism, se reflectă în planul identităţii personale ca opoziţie între idiocentrism şi alocentrism. Idiocentrismul caracterizează culturile individualiste: individul acordă atenţie identităţii personale, se percepe ca independent faţă de grup, este preocupat de respectul de sine, are un grad ridicat de automonitorizare, îşi exprimă bine gândurile şi sentimentele; stabilirea relaţiilor sociale se bazează pe atracţia interpersonală şi exclude poziţia şi statutul social; distanţa socială dintre individ şi grup este mare, există delimitări laxe ale grupului, relaţiile dintre indivizi se bazează pe competiţie şi angajare directă şi deschisă în conflict, pe negociere pe baze interpersonale; este promovată echitatea în relaţiile dintre indivizi şi legitimitatea (legea, drepturile individuale, libertatea de alegere, imparţialitatea, universalismul, criteriul priorităţii). Alocentrismul caracterizează în special culturile colectiviste: individul acordă atenţie identităţii sociale, relaţiilor de rol, se percepe în strânsă dependenţă de grup, este preocupat de armonizarea relaţiilor sociale, are grad scăzut de monitorizare şi nu este preocupat de cultivarea respectului de sine, anticipează corect gândurile şi sentimentele celorlalţi; relaţiile în cadrul grupului sunt influenţate de relaţiile de rol, între grupuri există bariere rigide, negocierea se face de pe poziţii de rol şi vizează în special negocierea identităţii de grup; sunt acceptate inechităţile sociale în virtutea ierarhiilor; relaţiile dintre indivizi sunt modelate de generozitate şi caritate, valori în numele cărora indivizii îşi asumă obligaţii ce decurg din poziţia de rol din cadrul societăţii şi în virtutea apartenenţei la grup. În ambele tipuri de societăţi, individualiste şi colectiviste, există atât indivizi cu personalitate idiocentrică, cât şi indivizi cu personalitate alocentrică. Astfel, idiocentricii din societăţile individualiste acţionează „pe cont propriu", în timp ce alocentricii din societăţile individualiste prezintă o relativă preocupare faţă de membrii grupului. Idiocentricii din societăţile colectiviste sunt fie ambivalenţi, fie neagă regulile de grup, în timp ce alocentricii din societăţile colectiviste aderă în totalitate la normele de grup. Valorile personale ale locuitorilor din societăţile individualiste tind să fie stimularea, hedonismul, puterea, realizările şi autodeterminarea, în timp ce valorile personale ale locuitorilor din societăţile colectiviste tind să fie tradiţia, conformismul, bunăvoinţa; valori comune persoanelor din ambele tipuri de culturi sunt securitatea, universalismul şi spiritualitatea. În societăţile individualiste oamenii se autosituează mai degrabă ca independenţi, unici, conduşi de propria voinţă şi de scopuri personale, în timp ce în societăţile colectiviste aceştia se percep ca entităţi interconectate la grup, cu un comportament influenţat de grup, de interesele şi tacticile acestuia, predispuşi să cedeze în favoarea interesului comun, considerând aceasta o formă de toleranţă, de maturitate, de flexibilitate. Prin corelarea celor două tipuri de autosituare s-a propus următoarea tipologie transculturală a indivizilor: (i) *tipul bicultural* (puternic independent, puternic interdependent); (ii) *tipul vestic* (puternic independent, slab interdependent); (iii) *tipul tradiţional* (slab

independent, puternic interdependent); (iv) *tipul alienat* (slab independent, slab interdependent) (*apud* Gudykunst, 2003, p. 16).

De-a lungul dimensiunii de variaţie „distanţă faţă de putere" indivizii se deosebesc prin orientarea pe orizontală (engl. *horizontal self*), respectiv orientarea pe verticală (engl. *vertical self*). Orientarea pe orizontală, tipică pentru culturile în care distanţa faţă de putere este mică, presupune un comportament prin care individul îşi manifestă preferinţa pentru interacţiunile informale şi simetrice, egalitatea dintre interactanţi indiferent de statut, în timp ce orientarea pe verticală, tipică pentru culturile în care distanţa faţă de putere este mare, presupune un comportament prin care individul îşi manifestă preferinţa pentru formalism şi pentru tratamentul diferenţial al interactanţilor în funcţie de statutul social.

În culturile cu grad ridicat de evitare a incertitudinii indivizii sunt orientaţi spre certitudine, în timp ce în culturile cu grad scăzut de evitare a incertitudinii indivizii sunt orientaţi spre incertitudine. Indivizii din prima categorie tind să nu includă elemente incerte în modul lor de viaţă, în timp ce indivizii din a doua categorie acceptă elementele incerte şi dezvoltă tehnici de reducere a incertitudinii.

Dimensiunea masculinitate/feminitate se reflectă la nivelul persoanei prin rolul psihologic de gen. Rolul psihologic de gen masculin cumulează trăsături stereotipe ca agresivitate, tendinţă de dominare, spirit de competiţie, iar rolul psihologic de gen feminin cumulează trăsături stereotipe cum ar fi: compasiune, sensibilitate, căldură. Astfel, s-a propus următoarea tipologie: (i) indivizi cu identitate de gen masculin (masculinitate puternică, feminitate slabă); (ii) indivizi cu identitate de gen feminin (masculinitate slabă, feminitate puternică); (iii) indivizi cu personalitate androgină (masculinitate puternică, feminitate slabă); (iv) indivizi cu identitate de gen nediferenţiată (masculinitate slabă, feminitate slabă).

8. Stereotipurile culturale

Formarea stereotipurilor este un proces cognitiv de categorizare socială având funcţia de a simplifica şi sistematiza stimulii primiţi de individ cu scopul de a facilita adaptarea cognitivă şi comportamentală într-o situaţie de comunicare nouă.

Indivizii filtrează în permanenţă stimulii primiţi din mediu prin prisma propriei culturi. Când realitatea percepută pare să iasă din tiparele de gândire deja existente, oamenii recurg la stereotipuri: „scurtături în percepţie" prin care indivizii confruntaţi cu necunoscuţi încearcă să-i includă pe aceştia în categorii constituite apriori, prin extinderea unor atribute de grup generalizate asupra fiecărui membru al grupului. Stereotipurile pot fi pozitive sau negative. De exemplu, italienii sunt vorbăreţi, nemţii – punctuali, dau dovadă de precizie şi inteligenţă tehnică, americanii sunt bogaţi, francezii – preţioşi, chinezii – muncitori şi umili, scoţienii – zgârciţi, olandezii – necioplіţi etc. Stereotipurile rezultă din focalizarea diferenţelor dintre culturi şi estomparea asemănărilor.



Fig. 19 – Inhabitants of the World, *William Darton, 1790*

Construirea stereotipurilor este un proces bazat pe simplificare (reducerea complexităţii), exagerare şi distorsionare, generalizare, prezentarea atributelor culturale ca parte înnăscută a fiinţei.

Fiecare cultură are propriile stereotipuri asupra oamenilor din alte culturi. Iată câteva dintre stereotipurile românilor: germanii se caracterizează prin corectitudine, disciplină, rigoare; italienii sunt petrecăreţi şi vorbăreţi; francezii – romantici, orgolioşi şi naţionalişti; americanii – graşi, nu prea inteligenţi, superficiali, deschişi, pragmatici; ruşii sunt alcoolici, duri, puternici, războinici (*Ultima oră*, 29.05.2006).

De asemenea, fiecare cultură are propriile vederi stereotipe asupra membrilor ei. Într-un studiu realizat de studenţii Universităţii din Bucureşti, secţia de Comunicare şi Relaţii Publice, se relevă că românii se consideră ospitalieri, ingenioşi, harnici, ipocriţi, leneşi, ignoranţi, săraci; românul tipic este bărbatul între 30 şi 40 de ani, căsătorit, care mănâncă sarmale şi bea ţuică.

Stereotipurile variază în timp şi spaţiu. În *Le livre de la description des pays* (secolul al XV-lea), Gilles le Bouvier caracterizează locuitorii diverselor spaţii geografice prin stereotipuri: englezii sunt sângeroşi şi negustori hrăpăreţi, elveţienii – cruzi şi grosolani, scandinavii, polonezii – aprigi şi apucaţi, sicilienii îşi păzesc bine nevestele, napoletanii sunt necioplişi, răi catolici, mari pârâcioşi, iar castilienii – iuţi la mânie şi necioplişi. Într-o carte care a circulat în Austria secolului al XVIII-lea, *Scurtă descriere a neamurilor europene*, imaginea europenilor este următoarea: spaniolul – inteligent şi înţelept; francezul – prudent; germanul – spiritual; englezul – prost dispus; polonezul – limitat; ungurul – chiar mai puţin; rusul – nu are în cap nimic; turco-grecul – mai puţin decât atât. Ce a dat Dumnezeu neamurilor? Autorul unui text românesc din secolul al XVIII-lea răspunde: turcilor – negustoria, ruşilor – beţia, nemţilor – scârnăvia, saşilor – râia şi slăbiciunea, grecilor – norocul la bani, leşilor – mândria, cerchezilor – frumuseţea, moldovenilor – lăudăroşenia, muntenilor – invidia, evreilor – bogăţia, ţiganilor – sărăcia şi goliciunea. Iar autorul unui text din secolul al XIX-lea răspunde: turcului – Ţara Sfântă, neamţului – lucrul bun, ungurului – ghinionul, evreului – înşelătoria. În *Baltagul*, Mihail Sadoveanu recurge la următoarele stereotipuri: neamţul are şurubul; ţiganul – cetera; sârbul – sapa; turcul – prostia şi sabia; ungurul – cizme şi pinteni; rusul – beţia şi cerşetoria prin iarmaroace; evreul – bani; românul – inimă uşoară, ca să se bucure. Tot pe baza unor stereotipuri, Călinescu (1941/1982) caracteriza: „francezii [...] raţionalişti, germanii idealişti, englezii pragmatici, ruşii mistici, orientalii fatalişti" (p. 973).

În ciuda tuturor neajunsurilor pe care le implică, stereotipurile, ca forme populare de cunoaştere, sunt utile, oferind un punct de sprijin în ordonarea stimulilor veniţi dintr-o realitate nouă, necunoscută, neînţeleasă.

Exerciţii. Aplicaţii

1. Daţi exemple de valori, credinţe, obiceiuri, moduri de viaţă etc. specifice culturii române.
2. Daţi exemple de valori, credinţe, obiceiuri, moduri de viaţă etc. specifice unei culturi pe care o cunoaşteţi, alta decât cultura română.
3. Prezentaţi comparativ câteva diferenţe dintre cultura română şi alte culturi cu care aţi luat contact. Încercaţi să explicaţi în ce măsură diferenţele respective se corelează cu anumite elemente de istorie, de religie, de organizare a instituţiilor.
4. Încercaţi să explicaţi următoarele metafore ale culturii: *cultura – un ecosistem*; *cultura – paleta unui pictor*; *cultura – un set de opţiuni dintr-un set de posibilităţi*; *cultura – o pereche de cătuşe*.
5. Propuneţi două metafore ale culturii şi explicaţi-le.
6. Demonstraţi, pe baza unor exemple din cultura română, caracterul de sistem al culturii.

7. Daţi cinci exemple de semne (expresia şi semnificaţia lor) vehiculate în cultura română. Demonstraţi caracterul arbitrar, convenţional, mutabil şi totodată imutabil al acestor semne.
8. Demonstraţi prin câteva exemple afirmaţia „cultura se învaţă şi se transmite de la o generaţie la alta".
9. Dumneavoastră vă consideraţi un reprezentant tipic al culturii române? Argumentaţi.
10. Alcătuiţi un eseu cu tema „Percepţii ale banului în cultura română". În redactarea eseului veţi avea în vedere proverbe, zicători, aforisme (de exemplu: *Banul este ochiul dracului*; *Dai un ban, dar stai în faţă*; *Banii nu aduc fericirea*; *Ban la ban trage*) şi/sau sinonime pentru cuvântul *ban* (*arginţi, biştari, lovele, cash, capital, marafeţi, parale, ort, gologani* etc.).
11. Alegeţi o subcultură (de exemplu, subcultura romilor, a artiştilor, a oamenilor de afaceri etc.) şi prezentaţi specificul ei în cadrul culturii române.
12. Ce schimbări aţi perceput în cadrul culturii române după 1989? Exemplificaţi şi comentaţi.
13. Prezentaţi rezultatele contactului dintre cultura română şi o altă cultură.
14. Comentaţi următoarele definiţii ale culturii:
„Cultura este acel complex care include cunoaşterea, credinţele, arta, morala, dreptul, obiceiurile, precum şi alte abilităţi şi deprinderi dobândite de om ca membru al societăţii." (*Robert Taylor*) • „Cultura este comportamentul dobândit al unei societăţi sau al unui subgrup." (*Margaret Mead*) • „Cultura include organizarea producţiei, structura familiei, structura instituţiilor care formulează sau guvernează relaţiile sociale, formele caracteristice prin care comunică membrii societăţii." (*Raymond Williams*) • „Cultura nu este decât ansamblul poveştilor pe care ni le spunem despre noi înşine." (*Clifford Geertz*) • „Modul de viaţă al unei societăţi date, transmis din generaţie în generaţie, prin instrucţie şi prin experienţă. Cultura include valorile, limba, stilurile de comunicare, patternurile de gândire şi normele de comportament." (*The Concise Columbia Encyclopedia*) • „O reţea de obiceiuri şi patternuri construite pe experienţe anterioare." (*Deborah Tannen*) • „Set învăţat de interpretări partajate privind credinţele, valorile, normele subiacente comportamentelor unui grup relativ larg de oameni." • „Un sistem constituit istoric, implicit şi explicit de structuri de viaţă împărtăşit de membrii unei comunităţi umane la un anumit moment." (*Kluckhohn şi Kelly*) • „Formele pe care oamenii le au în minte, modelele pe care le urmează în percepţie, în relaţionare, în interpretare." (*R. Goodenough*) • „Cultura este o activitate partajată social, o proprietate de grup, nu una a individului." (*Nieberg*) • „Set învăţat de reguli, scrise şi nescrise, care îi oferă individului instrucţiunile necesare, astfel încât acesta să poată opera eficient în mediul de viaţă dat. Aceste reguli privesc nu doar modul în care individul acţionează, ci şi modul în care individul reacţionează, deci reprezintă o componentă esenţială a capacităţii noastre de a trăi ca fiinţe umane într-un context social. Altfel spus, cultura ne învaţă cum să ne descurcăm «la faţa locului»." • „Cultura este o proprietate emergentă a comunicării dintre membrii societăţii." (*Poole*) • „Cultura este consensul membrilor unei comunităţi privind semnificaţia simbolurilor verbale şi non-verbale." (*W.B. Gudykunst*).
15. Formulaţi un punct de vedere în legătură cu afirmaţia curentă conform căreia studiile culturale sunt o antidisciplină, căci metoda lor de cercetare nu se încadrează în tiparele disciplinelor instituţionalizate.
16. Comentaţi textul următor, apărut în revista *Dilema*, nr. 433/2001:

Americanizarea Europei: o falsă problemă

Claude Karnoouh

Antiamericanismul cultural pare a deveni un fenomen general în momentul când Statele Unite, devenite prima putere

mondială, vor nu numai să impună partenerilor lor constrângerile unor alianţe strategico-economice, ci şi ansamblul moravurilor lor, al valorilor lor sociale şi juridice, produsele lor culturale, toate la un loc compunând civilizaţia americană.
Intensitatea opoziţiei variază în diversele ţări europene şi este dependentă de epocile istoriei contemporane. De la începutul secolului XX, nu puţine au fost curentele politice şi culturale europene care şi-au extras mesajul din denunţarea felului cum americanii au confiscat tradiţiile noastre: întâi le-au distrus şi apoi au instalat în locul lor produsele preferate de numeroşii componenţi ai clasei mijlocii americane. Pe scurt, aceste partide, aceste mişcări, aceste grupări cheamă la luptă împotriva civilizaţiei Mickey, Disneyland, Coca-Cola (poate fi şi Pepsi), a superproducţiilor hollywoodiene, a fast-foodului, a hamburgerului etc.
Dacă acest gen de critică poate fi înţeles când este formulat de oameni obişnuiţi, fără perspectivă istorică, este dificil de acceptat când vine din partea intelectualilor şi a politicienilor, care ar trebui să ştie despre ce vorbesc. Deoarece, dacă aruncăm o privire asupra secolului tocmai încheiat, trebuie să ne întrebăm ce s-a întâmplat de Statele Unite au dobândit o asemenea putere? Nimic extraordinar: ei au primit dividendele unui angajament direct şi indirect în treburile europene, permis de atitudinile sinucigaşe ale popoarelor europene, ale responsabililor politici, aleşi sau nu.
În cele două războaie mondiale, cele mai puternice naţiuni ale Europei (Germania, Marea Britanie şi Franţa) s-au sfâşiat, s-au măcinat, s-au masacrat, fără rezultate definitive, pentru a dobândi autoritatea supremă în conducerea treburilor lumii, şi au uitat că, în ambuscadă, pândeşte copilul risipitor al Europei, Statele Unite. De ce o mare putere în expansiune s-ar priva de o asemenea şansă? Încă de la

începutul secolului XX, toţi indicatorii economici arătau slăbiciunea Marii Britanii (aparent pe culmea puterii) şi puterea în creştere a Statelor Unite. De fapt, în Primul Război Mondial, America a exploatat, cu mare abilitate, ajutorul dat beligeranţilor aliaţi, dând încă de la începutul conflictului multe şi gigantice împrumuturi cu dobândă, şi astfel, după 1916, City a devenit dependent de Wall Street, inversând fluxul raportului debit-credit între aceşti doi poli ai economiei planetare. Din 1917, chiar înainte de intervenţia corpului expediţionar american în Franţa, supremaţia mondială americană era instalată. Supremaţie care va îngloba foarte repede domeniile culturii, cum ar fi influenţa jazzului asupra muzicii de varietăţi şi deplasarea centrului artelor moderne de la Paris la New York!
Al Doilea Război Mondial nu a făcut, în cele din urmă, decât să dezvolte tendinţa declanşată în timpul celui dintâi, sporind dependenţa europeană; intervenţia americană a devenit necesară şi pentru că aliatul de moment, URSS, era, de fapt, inamicul de dinainte şi de după război.
Şi până la urmă, pot fi acceptate criticile meschine formulate de nostalgicii europeni faţă de civilizaţia americană? Nu este civilizaţia americană fiica risipitoare a civilizaţiei europene? În ultimă instanţă, Statele Unite n-au făcut decât să radicalizeze elemente existente deja în Europa, duse acolo de emigranţi: comedia muzicală şi prăjiturile stropite cu cremă, opereta vieneză şi patiseria de la cafenelele Sacher şi Mozart. Exagerarea rolului tehnicii venea din Anglia şi Germania. Vulgaritatea claselor mijlocii se trăgea din Bouvard şi Pécuchet, multiplicaţi la scară continentală. Şi nu e lipsit de importanţă faptul că revolta muncitorească de 1 Mai de la Chicago nu face decât să continue tradiţia socialistă de pe continent, transportată cu vaporul de cealaltă parte a oceanului, deoarece, paradox al istoriei (nu este singurul), cea mai mare parte a sărbătorilor muncitoreşti vin din Statele Unite, inima economiei mondiale capitaliste!!!

Europenii suportă greu bogăția acestui copil risipitor. Dar numai ei sunt de vină. Ei au crezut că pot rezolva problemele sociale redutabile create de optimismul nepăsător al unei dezvoltări necontrolate, zdrobindu-se reciproc sub obuze și bombe pe câmpurile de bătălie și exterminându-se apoi în lagăre de concentrare. În acest timp, concurentul lor, America, protejată de atacuri prin imensitatea oceanelor, profita de război pentru a-și pune în funcție cele mai productive mașini realizate vreodată. Astfel, nu se mai poate obiecta împotriva americanizării lumii, doar atât că expresia mi se pare falsă. America este de fapt dovada europenizării lumii, începută în ziua când un negustor, curios și erudit, a reușit să-l convingă pe regele Spaniei că acolo, undeva, în Vest, zace, la îndemână, aur, mult aur... Cristofor Columb a intuit corect că pentru Occident esențială este bogăția. Dar Vestul, în germană *Abenland*, în franceza veche *couchant* sau *ponant*, în românește *apus* și în ungurește *nyugat*, semnifică în aceste limbi și locul de declin, de îmbătrânire, de epuizare... Occidentul este în declin sau îl așteaptă gloria finală, alt semn al sfârșitului? În ceea ce mă privește, prefer gloria apoteotică, deoarece unii o știu: „Orice imperiu piere". Titlul acestei cărți de Jean-Baptiste Duroselle (este vorba despre *Istoria relațiilor internaționale*) poartă intuiția unei istorii desfășurate mereu în altă parte, deocamdată fără răspuns... La crepusculul vieții sale, Heidegger scria: „Doar un Dumnezeu ne poate salva"; ne rămâne să așteptăm această epifanie... Așteptarea riscă să fie lungă, foarte lungă. Poate că nu se va întâmpla nimic, niciodată, poate că la sfârșit umanitatea noastră neolitică va fi înlocuită de noul antropoid, corect genetic, cel din postlitic... America a început această mutație... Ei și, trăiască mutanții!

17. Interpretați afirmația lui Franz Boas: „Omul s-a născut liber, dar este pretutindeni în lanțurile culturii" (*Man is born free, yet everywhere he is in chains to culture*).
18. Alegeți una dintre religiile lumii. Documentați-vă în legătură cu ea. Redactați un referat cu tema „Rolul cuvântului în religia...".
19. Exprimați-vă opinia privind legătura dintre religie, familie și stat. Comentați această relație cu referire la un caz particular din istoria omenirii: societatea comunistă totalitară din România.
20. Comentați următoarea afirmație: „Cea mai universală calitate este diversitatea" (Montaigne).
21. Susțineți cu exemple următoarea afirmație: „Oamenii sunt și asemănători, și diferiți".
22. Comentați următorul pasaj tradus din Hofstede *et al.* (2002, p. 35):

> Culturile celor mai bogate țări tind să fie mai degrabă individualiste, iar cele din țările sărace, mai degrabă colectiviste. Acest lucru este adevărat și în perspectivă istorică: pe măsură ce țările devin mai bogate, tind spre polul individualist al spectrului. Colectivismul poate fi văzut ca o formă de adaptare la sărăcie și la resursele limitate, iar individualismul – un răspuns la bogăție și la resurse variate. Bogăția le dă oamenilor posibilitatea de a avea grijă de ei înșiși, de a se baza pe ei înșiși. Totuși, oricând este nevoie de un echilibru între tendințele individualiste și cele colectiviste. În societățile colectiviste, indivizii ar putea fi nevoiți să-și reprime identitatea individualistă, ceea ce creează probleme. În societățile individualiste, oamenii s-ar putea simți singuri și izolați, ar putea dezvolta comportamente antisociale sau să se atârne de dorința de a se afilia unui grup.

23. Estimați poziția culturii române pe axa individualism/colectivism. Încercați să vă argumentați punctul de vedere. Gândiți-vă, de pildă, la: relațiile de familie (familia extinsă),

hora/şezătoarea/apartamentul de bloc, prietenia/amiciţia; la expresii cum ar fi *noi şi-ai noştri*; *aveţi-vă ca fraţii*; *a fi în rândul lumii*; *a urma calea bătută*; la proverbe cum ar fi *Ajută-ţi părinţii, că şi ei te ajută*; *Necuviinţa fiului este ruşinea tatălui*; *Prietenia este cel mai de preţ lucru*; *Sângele apă nu se face*; *Unirea face fericirea* etc.

24. Estimaţi poziţia culturii române pe axa masculinitate/feminitate. Încercaţi să vă argumentaţi punctul de vedere. Gândiţi-vă, de pildă, la rolurile în cadrul familiei, la expresii de tipul: *bărbatu-i capul, dar femeia gâtul*; *în casă la noi cântă cocoşul, nu găina*; *bărbat fără femeie, cal fără frâu*; *femeie fără bărbat, barcă fără cârmă*; *femeile sunt temelia educaţiei în fiecare generaţie.*

25. Comentaţi următorul pasaj tradus din Hofstede *et al.* (2002, p. 36):

> Ierarhia socială este legată de bunăstare, dar într-o măsură mai mică decât individualismul/colectivismul. Cercetările au arătat că, pe măsură ce o ţară a devenit mai bogată, distanţa faţă de putere s-a redus. În situaţii de sărăcie şi de acces limitat la resurse este mai uşor de menţinut o distanţă mare faţă de putere.

26. Estimaţi poziţia culturii române privind distanţa faţă de putere. Încercaţi să vă argumentaţi punctul de vedere urmărind relaţiile dintre şefi şi subordonaţi, expresii de tipul: *egalitate, dar nu pentru căţei*; *a-şi peria şefii.*

27. Încercaţi să estimaţi poziţia culturii române privind gradul de acceptare a incertitudinii. Argumentaţi, gândindu-vă, de pildă, la atitudinea românilor faţă de străini/necunoscuţi, atitudinea faţă de nou şi de schimbare, la sistemul legislativ etc., la proverbe ca: *Nu da vrabia din mână pe cioara de pe gard*; *Ce-i în mână nu-i minciună*; *Decât codaş la oraş mai bine-n satul tău fruntaş* etc.

28. Încercaţi să estimaţi poziţia culturii române privind orientarea temporală. Argumentaţi, având în vedere expresii precum: *om trăi şi-om vedea*; *mai vedem noi*; *văzând şi făcând*; *face planul ca ţiganul*; *nu aduce anul ce aduce ceasul* etc. sau aforisme ca: *Preţuieşte ce ai azi, căci mâine s-ar putea să pierzi.*

29. Având în vedere estimările făcute la exerciţiile anterioare, particularizaţi cu situaţia culturii române corelaţiile prezentate mai jos:

> Valorile înregistrate de fiecare ţară pentru cele cinci dimensiuni se corelează statistic cu o mulţime de alte date despre ţara respectivă. De exemplu, distanţa faţă de putere se corelează cu folosirea violenţei în relaţiile casnice şi cu diferenţe mari privind veniturile locuitorilor din ţara respectivă. Individualismul se corelează cu bunăstarea naţională (produsul intern brut pe cap de locuitor) şi cu mobilitatea membrilor diverselor clase sociale, de la o generaţie la alta. Masculinitatea se corelează negativ cu acea parte din produsul intern brut pe care guvernele ţărilor bogate o alocă pentru susţinerea dezvoltării Lumii a Treia. Evitarea incertitudinii se asociază cu catolicismul şi cu obligaţia legală din ţările dezvoltate ca toţi cetăţenii să aibă buletine de identitate. Orientarea pe termen lung se corelează cu creşterea economică din ultimii 25 de ani, demonstrând că succesul economic al ţărilor din Asia de Est este rezultatul unei orientări accentuate a populaţiei spre viitor prin valorizarea cumpătării şi a perseverenţei (http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/page3.htm).

30. Pe baza experienţelor dumneavoastră (inter)culturale, încercaţi să explicaţi modul în care interacţiunea în clasă este influenţată de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/feminitate; c) distanţă mare/mică faţă de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.

31. Pe baza experienţelor dumneavoastră (inter)culturale, încercaţi să explicaţi modul în care relaţiile de muncă sunt influenţate de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/feminitate; c) distanţă mare/mică faţă de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.

32. Pe baza experienţelor dumneavoastră (inter)culturale, încercaţi să explicaţi modul în care relaţiile şi comunicarea în cadrul familiei sunt influenţate de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/feminitate; c) distanţă mare/mică faţă de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.

33. Alegeţi din lista de termeni dată în continuare trei, pe care îi asociaţi cu ideea de *timp*: *organizare, relaxare, stres, bani, vacanţă, familie, ţigară, muncă, viitor, motivaţie, competiţie, mâncare, calendar, ceas, mişcare, trecut, obligaţie.*

a) Ce părere aveţi? Ceilalţi membri ai culturii dumneavoastră ar alege aceiaşi trei termeni? Încercaţi să explicaţi.
b) Alcătuiţi un eseu în jurul celor trei termeni aleşi, în care să vă exprimaţi opinia în legătură cu modul în care percepeţi dumneavoastră timpul.
c) Alegeţi trei termeni pe care în niciun caz nu i-aţi asocia cu ideea de *timp*. De ce?
d) Alcătuiţi un eseu în jurul celor trei termeni aleşi anterior, în care să vă exprimaţi opinia în legătură cu modul în care nu percepeţi dumneavoastră timpul.

34. Reacţiile oamenilor în diverse situaţii sunt indicii ale orientării lor culturale: colectivism/individualism; masculinitate/feminitate; evitarea/tolerarea incertitudinii; distanţă mare/mică faţă de putere; orientare pe termen lung/scurt. Prezentăm în continuare câteva situaţii şi mai multe tipuri de răspuns pentru fiecare. Asociaţi fiecare tip de răspuns cu posibila orientare culturală a individului. Explicaţi asocierea făcută (exerciţiu tradus şi adaptat după Hofstede *et al.*, 2002, pp. 76-82).

(i) Sosiţi pe aeroport, într-o ţară străină, cu scopul de a participa la o întâlnire de afaceri extrem de importantă. Sunteţi întâmpinat de o tânără drăguţă în jeanşi. Ce gândiţi?

a) Probabil este secretara omului de afaceri cu care urmează să mă întâlnesc. (*masculinitate*)
b) Probabil e chiar omul de afaceri cu care urma să mă întâlnesc. (*feminitate, tolerarea incertitudinii*)
c) E plăcut să fii întâmpinat la aeroport de o persoană drăguţă. (*colectivism*)
d) Cum îşi permite să vină aşa îmbrăcată pentru a mă întâmpina? (*distanţă faţă de putere*)
e) Probabil e o greşeală. E clar că ar trebui să fiu întâmpinat de un domn bine îmbrăcat. (*toleranţă scăzută faţă de incertitudine*)

(ii) Sunteţi la o recepţie. Staţi de vorbă cu o persoană pe care tocmai aţi cunoscut-o. Vine cineva şi intră în vorbă direct, fără a se prezenta. Ce credeţi?
a) Probabil e o prietenă apropiată a persoanei cu care staţi de vorbă.
b) E extrem de nepoliticos că a făcut aşa ceva.
c) Interlocutorul dumneavoastră ar trebui să-i spună persoanei să aştepte puţin.
d) Probabil e o persoană foarte importantă.
e) Partenerul dumneavoastră de conversaţie ar fi trebuit să facă prezentările.
f) Nimic.

(iii) Sunteţi primarul unui orăşel. O atletă din localitate se întoarce mâine de la Jocurile Olimpice, unde s-a clasat pe locul patru. Ce faceţi?
a) Nimic. Locul patru nu înseamnă nimic; doar locul întâi contează.
b) Nimic. Nu e niciun protocol prevăzut pentru astfel de situaţii.
c) Organizaţi o primire grandioasă. Chiar şi simpla participare la Olimpiadă a onorat comunitatea din care a plecat.

d) Organizaţi o primire specială. Nu contează că nu a învins, important este că a participat la Olimpiadă.
e) Vă consultaţi cu membrii biroului de conducere din Primărie.

(iv) Conduceţi o adunare importantă, la care participă invitaţi din mai multe ţări. În timpul şedinţei, un colaborator apropiat primeşte un SMS din care află că băieţelul lui a suferit un grav accident de circulaţie şi se află internat în spital. Ce faceţi?
a) Suspendaţi lucrările întâlnirii până a doua zi.
b) Îi permiteţi colaboratorului să plece, iar dumneavoastră rămâneţi în sală pentru a conduce şedinţa.
c) Ieşiţi o clipă din sală împreună cu colaboratorul pentru a vorbi cu el şi a vedea dacă acesta vrea să plece sau să rămână.
d) Continuaţi şedinţa, cerându-i colaboratorului să rămână şi el.

(v) Navigând pe internet, găsiţi datele de contact ale unei persoane cu care v-ar interesa să faceţi o afacere. Cum procedaţi?
a) Îi trimiteţi un e-mail în care îi scrieţi direct („Sunt X şi vă propun o colaborare..."; semnaţi cu numele mic).
b) Îi trimiteţi un e-mail în care îi scrieţi: „Stimate domnule X... Cu cele mai calde sentimente..." şi semnaţi cu numele întreg.
c) Îi trimiteţi o scrisoare cu antetul firmei dumneavoastră.
d) Puneţi secretara să-l contacteze telefonic.
e) Îi daţi telefon chiar dumneavoastră.

35. Încercaţi să determinaţi orientarea culturală a persoanelor din situaţiile ipotetice prezentate mai jos. Comentaţi. (Exerciţiu tradus şi adaptat după FitzGerald, 2003, pp. 230-231.)

(i) La serviciu, toată lumea îi spune şefului pe nume, glumeşte cu el, vorbeşte într-o manieră informală.
(ii) Profesorul face o greşeală. Studenţii îşi dau seama, dar nu îndrăznesc să-l corecteze.
(iii) La un interviu de angajare, aplicantului i se cere să vorbească despre el. Acesta începe prin a vorbi despre familia lui, despre educaţia primită, despre locul de muncă pe care l-a avut în ultimii 20 de ani.
(iv) La un proiect lucrează mai mulţi colegi. Fiecare face ce poate şi cât poate. La sfârşit, deşi contribuţiile membrilor echipei nu au fost egale, toată lumea primeşte aceeaşi sumă de bani.
(v) Doi colegi de serviciu îşi depun dosarul de promovare. Primul lucrează de 20 de ani în acel loc, a avut întotdeauna rezultate meritorii, deşi în ultima vreme sunt alţii mult mai buni decât el. Al doilea este tânăr, lucrează doar de doi ani la firmă, dar a avut rezultate excelente în ultima perioadă. Al doilea este promovat.
(vi) Patronul unui magazin a încălcat câteva legi minore. Inspectorul constată neregulile. Dar pentru că patronul a fost întotdeauna cinstit şi nu a deranjat pe nimeni cu nimic, o discuţie la un pahar de bere rezolvă situaţia. Patronul nu este amendat.
(vii) O studentă este bolnavă în spital. Tatăl ei merge la facultate pentru a vorbi cu profesorii şi a le explica de ce fiica lui va lipsi de la examen.

36. Recitiţi precizările de la subcapitolul 5 şi particularizaţi ideile expuse acolo cu elemente din cultura română.
37. Recitiţi, în subcapitolul 5, modelul diversităţii culturale propus de Kluckhohn şi Strodtbeck. Daţi propriile răspunsuri la cele cinci teme majore ale umanităţii. Argumentaţi-vă punctul de vedere.
38. Explicaţi glumele de mai jos făcând apel la conceptul de ***dependenţă contextuală*** propus de Edward T. Hall (vezi subcapitolul 5).

a) De ce și-a schimbat locotenentul Worf culoarea părului? Pentru că *it was a good day to dye.*
Context: Lt. Worf este un personaj din *Star Trek.* El face parte din societatea extraterestră klingoniană. El repetă adeseori un proverb klingonian: *It's a good day to die* (notă: *to dye* = „a vopsi"; *to die* = „a muri"; ambele verbe se pronunță identic în limba engleză).

b) O discuție între un reprezentant IBM și un producător japonez de hardware. Reprezentantul IBM solicită părții japoneze 10.000 de subansambluri, făcând precizarea: „Vă rugăm, 3 rebuturi la mia de subansambluri!". Partea japoneză a executat comanda și a trimis-o însoțită de următorul text: „Noi, poporul japonez, am înțeles cu greu practicile voastre de afaceri. Dar ne-am conformat și am produs cele treizeci de rebuturi corespunzând celor 10.000 de produse livrate. Subansamblurile defecte au fost împachetate separat. Sperăm să fiți mulțumiți".

39. Explicați gluma de mai jos:

Națiunile Unite au organizat un sondaj de opinie în mai multe țări ale lumii. Întrebarea pusă a fost: „Vă rugăm să ne spuneți opinia dvs. sinceră în legătură cu posibilele soluții la criza de alimente din restul lumii". Sondajul a fost un eșec. De ce? Locuitorii Africii nu au știut ce înseamnă „alimente"; locuitorii din Europa de Est nu au știut ce înseamnă „sinceră"; locuitorii de Europa de Vest nu au știut ce înseamnă „criză"; locuitorii din China nu au știut ce înseamnă „opinie"; locuitorii din Orientul Mijlociu nu au știut ce înseamnă „soluție"; locuitorii din Statele Unite nu au știut ce înseamnă „restul lumii".

40. Realizați un referat cu titlul „Diferențe culturale reflectate în proverbe" (la alegere, domeniul român-englez, român-francez, român-arab etc.).

41. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Cadoul în diverse culturi".
42. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Specificul cultural reflectat în bancuri și glume".
43. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Specificul cultural al publicității".
44. Citiți eseul lui Andrei Pleșu *Despre bucurie în Est și Vest.*
   a) Realizați o sinteză prezentând modul specific în care, în opinia autorului, trăiesc românii sentimentul de bucurie, comparativ cu locuitorii Occidentului.
   b) Exprimați un punct de vedere pe marginea textului citit.

Despre bucurie în Est și în Vest

Andrei Pleșu

Vă mai amintiți, poate, imagini ale revoluției române din decembrie 1989, așa cum au apărut ele pe ecranele de televiziune din toată lumea. Fusese, s-a spus, prima revoluție „în direct": un dictator fugea cu elicopterul de pe clădirea guvernului, străzile erau pline de tancuri, de soldați descumpăniți și civili exaltați. Se trăgea din toate părțile. Euforia nu se putea încă deosebi de teroare, speranța se asocia cu doliul. Ulterior, analiști de toate felurile, din România și din afara ei, au căutat și au găsit argumente pentru a relativiza dimensiunea revoluționară a acelor zile. S-au numărat morții și s-a stabilit că n-au fost destui, s-au identificat complicate scenarii conspiraționiste, s-a vorbit de o lovitură de stat comunistă, de o subtilă manevră sovietică sau americană, sau sovieto-americană, sau, cum altfel, iudeo-masonică. România părea să fi reușit o înșelătorie de proporții: organizase ceva care semăna a revoluție, dar care, în realitate, lăsa neatinse structurile dictaturii. Era, așadar, marele eșec, excepția, oaia neagră a Estului european. Între timp, suspiciunile s-au mai potolit, oaia a devenit comestibilă, a fost invitată să adere la NATO și i

s-a promis marea păşune europeană. „Evenimentele” din decembrie ’89 au fost reînvestite cu titlul de „revoluţie”. Dar eu nu despre aceste grandioase evoluţii istorice vreau să vă vorbesc. Amintirile mele despre revoluţia de la Bucureşti sunt mai modeste: ţin de faptul divers, de spaime concrete, de detalii mai mult sau mai puţin semnificative. De pildă, primul strigăt de victorie pe care l-am auzit, prima bucurie articulată, atestând schimbarea radicală a vremurilor, a venit din partea unei vecine cumsecade, fără niciun fel de apetenţe revoluţionare. Ea a intrat impetuos în curte, trecând, eroic, printre gloanţe şi a proclamat, în beneficiul întregului cartier: „La magazinul din colţ se găsesc măsline! Şi nu e coadă!”. Am simţit imediat aroma viitorului. Am simţit că suntem în pragul unei schimbări decisive: de-acum înainte vom avea măsline. Şi le vom putea cumpăra în orice cantitate, fără măcar să stăm la coadă. Din punctul meu de vedere, era o realizare suficientă pentru a justifica o revoluţie...

Bucuria norocoasei mele vecine era, în acelaşi timp, un ecou al trecutului şi o profeţie. Era un tip de bucurie pe care numai austeritatea economică a unei dictaturi o putea explica şi care, în scurt timp, urma să dispară. Atingem, astfel, o primă treaptă a distincţiei dintre Estul comunist şi Vestul liber în materie de bucurie: esticul resimţea achiziţia măslinelor ca pe o bucurie, în vreme ce vesticul care cumpără măsline nu simte nimic. Cu alte cuvinte, ceea ce pentru unul e o circumstanţă banală, subînţeleasă, pentru celălalt era un eveniment, o şansă electrizantă, o sărbătoare. Pentru estic, „subînţelesul” vesticului era – şi este încă – o utopie. Observaţia merită oarecare atenţie, pentru că, după părerea mea, unul din motivele pentru care Estul şi Vestul nu se înţeleg uneori este faptul că ele nu se „sub-înţeleg”, că au experienţe diferite despre ceea ce este, în viaţa zilnică, „de la sine înţeles”. „Normalitatea” Vestului constă într-o lungă listă de „de la sine înţelesuri”: e de la sine înţeles să găseşti de mâncare, să ai căldură în casă când afară e frig, să ai, fără întrerupere, curent electric, să vină autobuzul la timp, să ai paşaport, să te întâlneşti cu cine vrei, să crezi ce vrei, să scrii şi să publici ce vrei. E de la sine înţeles să înjuri guvernul, să fluieri forţele de ordine, să vezi filme din toată lumea, să citeşti orice autor, să porţi sau nu barbă şi plete, să faci câţi copii vrei, să ai, în genere, drepturi individuale pe care instituţiile trebuie să le respecte. Nimic din toate acestea nu era, pentru cetăţeanul unei ţări comuniste, de la sine înţeles. De aceea, când din întâmplare sau prin excepţie, sau prin arbitrara magnanimitate a puterii, unul sau altul din punctele listei de mai sus era contrazis de realitate, când aveai căldură sau lumină, sau paşaport, sau măsline, când îţi apărea o carte sau nu aşteptai autobuzul decât o jumătate de oră, aveai toate motivele să te bucuri. Improbabilul devenea posibil. Minimalul căpăta proporţii solemne.

Bucurii minimale

A savura din plin bucuriile minimale – iată una din experienţele ireductibile ale bucuriei în Răsăritul european înainte de 1989. Bucuriile minimale nu trebuie confundate cu „bucuriile simple”. Una e să te bucuri de o bucată de pâine caldă şi de un pahar cu vin, întorcând spatele restaurantului sofisticat de peste drum şi alta e să te bucuri pur şi simplu că ai pâine şi vin. Aş spune că Vestului îi erau accesibile, în mai mare măsură decât nouă, bucuriile simple. Noi eram în situaţia de a ne mulţumi cu bucuriile minimale. Regimul totalitar nu ne-a putut lua *marile* bucurii, bucuriile de care orice om are parte, indiferent de condiţiile în care trăieşte: bucuria dragostei, a prieteniei, a creativităţii. Dar, obligându-ne să ne concentrăm asupra bucuriilor minimale, ne-a văduvit de bucuriile *simple*. Nu

luxul ne era interzis, ci *firescul*, traiul tihnit, nobleţea calmă a omenescului. Trebuie să adaug că unul din efectele paradoxale ale penuriei era *monumentalizarea bucuriilor minimale*. Bucuria achiziţiei clandestine, a mobilizării supraomeneşti pentru obţinerea unei mese bune ajunsese un adevărat sport naţional. Una din formele rezistenţei la dictatură era „rezistenţa prin mâncare". Am sabotat *furor*-ul comunist al austerităţii printr-un efort uriaş, organizat şi solidar, al cărui rezultat a fost constituirea unei ample şi eficiente burse negre a hranei. A procura, laborios, cele necesare, a pândi momentul (şi locul) distribuţiei fulgurante a mărfii (a măslinelor, de pildă), a conserva ritualul domestic al mesei şi al sărbătorilor, a oferi oaspetelui străin un prânz suficient de bun ca el să nu mai înţeleagă nimic din discursul despre sărăcie al gazdei – toate acestea (plus cozile interminabile şi mustind de subversiune) au fost forme de rezistenţă mult mai răspândite decât se crede. În România, unde a avea o maşină de scris devenise o potenţială infracţiune, n-a existat decât un singur samizdat: samizdatul alimentaţiei clandestine.

Diferenţa dintre cele două jumătăţi ale Europei avea, pentru fericitul care se întâmpla să călătorească spre Vest, inevitabile conotaţii comice. La primele mele contacte cu piaţa „capitalistă", am stârnit perplexitatea multor negustori punând întrebări de neînţeles pentru modul lor de viaţă. Intram, de pildă, într-o brutărie şi întrebam: „Aveţi pâine?". În prima clipă, cel întrebat amuţea. Glumeam? Eram idiot? Îl luam peste picior? „Bineînţeles că avem pâine! Ce altceva credeţi că vindem?" Omul n-avea de unde să ştie că, în limitele experienţei mele, existenţa pâinii într-o brutărie nu era deloc de la sine înţeleasă. Când l-am întrebat ce anume din cotidianul occidental îl impresiona mai mult, un amic care reuşise să fugă din ţară şi se stabilise la Paris mi-a răspuns fără să clipească: „Lucrul cel

mai năucitor e că dacă intri într-o berărie şi ceri o bere ţi se aduce o bere!". Lipsa ajunsese, într-un fel, pentru noi, la fel de obişnuită ca aerul pe care îl respiram. Şi odată cu ea, capacitatea de a ne bucura de aproape nimic. De fapt, sfârşisem prin a nu mai percepe catastrofalul lipsei. Îmi amintesc că, în februarie 1992, invitat pentru câteva luni la Wissenschaftskolleg zu Berlin, am constatat, pe când îmi desfăceam bagajele într-un foarte agreabil apartament din Grünewald, că nu merge lumina. Era la amiază şi mi-am văzut de treabă nestingherit, uitând incidentul. După două ore, totul a reintrat, oricum, în normal. La Bucureşti, lumina se întrerupea adeseori, mai ales seara, când era nemijlocit necesară. La Berlin însă, întâmplarea a provocat o acută criză politică. Pana de electricitate dezorganizase totul: televiziunile trecuseră pe lângă faliment, mamele nu mai putuseră încălzi la timp laptele pentru copii, semipreparatele din refrigerator se topiseră, apa caldă încetase şi aşa mai departe. Cât pe-aci să cadă guvernul. Bătrânul meu profesor de filosofie din ţară avusese, prin urmare, dreptate: „Ai să vezi, spunea el: sfârşitul lumii civilizate nu va surveni în urma unei nenorociri de proporţii; totul va porni de la un fleac, de la o comoditate curentă, suspendată brusc. Va dispărea, pentru trei zile, apa minerală sau hârtia igienică, sau benzina fără plumb. Şi toţi cei pentru care lucrurile astea fac parte din necesarul *subînţeles* vor sfârşi, dezadaptaţi, în marasm fizic şi psihic. Nu marea apocalipsă va fi încheierea, ci o *mică apocalipsă*, uşor ridicolă, dar fatală...". În ajunul unei eventuale „mari" apocalipse, Occidentul va fi acela care, cu minunata tehnologie de care dispune, cu extraordinarii lui specialişti, cu mijloacele sale financiare, va putea salva omenirea. Dar dacă ceea ce ne ameninţă este o mică apocalipsă, contaţi pe Europa Centrală şi de Est! Vă vom învăţa,

rapid, tehnica de a trăi cu puţin, de a valorifica *Ersatz*-ul, de a savura nimicul.

Bucurii negative

Alături de bucuriile minimale, cetăţeanul din Est avea parte şi de o sumedenie de *bucurii negative*. Bucuriile minimale sunt euforia strictului necesar. Bucuriile negative derivă nu din satisfacţia de a avea o experienţă agreabilă, ci din aceea de a *nu* avea o experienţă rea. Bucuriile negative se exprimă perfect în sintagma „se putea şi mai rău". Ele survin pe fundalul unei aşteptări sumbre şi derivă din neîmplinirea acestei aşteptări. Evident, nici vesticului nu îi sunt străine asemenea bucurii. Ele sunt, în fond, bucurii general umane : bucuria de a *nu* fi bolnav, bucuria de a *nu* pierde locul de muncă, bucuria de a *nu* locui cu soacra etc. Cum însă „normalitatea" vesticului era diferită de a esticului, bucuriile negative ale celui din urmă aveau o culoare specifică. Vesticul se bucură că nu păţeşte nimic „anormal". Esticul se bucura că e scutit de „normalitatea" dictaturii : se bucura că din cartea predată unei edituri nu i se tăiase prea mult, că nu i se dărâma biserica ori casa, că nu fusese turnat la Securitate sau că, deşi turnat, nu era (încă) penalizat, anchetat sau arestat etc. Vesticul se bucură când anomalia răului nu se produce, esticul se bucura când se producea „anomalia" binelui. Cu alte cuvinte, bucuria negativă a esticului era mai intensă şi, ca să spunem aşa, mai „pozitivă" : bucuria de a scăpa necenzurat sau nepedepsit era mai ascuţită şi mai „actuală" decât, să zicem, bucuria de a fi sănătos care, câtă vreme nu apare boala, e, îndeobşte, relativ palidă.

Bucurii interzise

Să amintim şi o a treia categorie de bucurii, resimţite diferit în cele două lumi europene : *bucuriile interzise*.

Rapid spus, în Vest, interdicţia, ca expresie a unei moralităţi unanim acceptate, este legitimă, ceea ce face ca transgresiunea ei să fie malefică. În Est, interdicţia era nelegitimă, astfel încât transgresiunea ei era un act de curaj moral, o formă pură de jubilaţie spirituală. A citi *în ascuns* un mare autor interzis, a avea o viaţă religioasă, a asculta „Europa Liberă", a găzdui prieteni din străinătate, a face bancuri pe socoteala guvernului totalitar, a nu declara la poliţie că ai maşină de scris – erau tot atâtea victorii, tot atâtea puncte câştigate împotriva abuzului dictatorial. Bucuriile interzise sunt bucurii *periculoase*. Plăcerea e dublată de palpitaţia riscului. Chiar şi anumite bucurii care – în condiţii normale – sunt nelegitime, de pildă bucuria de a păcăli statul, mergând până la *a fura* de la stat, dobândeau, în contextul comunist, o stranie legitimitate : erau un act de sabotaj, un fel de a lua înapoi ceea ce regimul îţi confiscase în mod samavolnic de îndată ce venise la putere. „Statul" era, în fond, Partidul, adică duşmanul. Mă gândesc, uneori, că explozia iresponsabilă a corupţiei în unele ţări din Europa Răsăriteană de astăzi e supravieţuirea inerţială a *acestei* mentalităţi, ceea ce, fireşte, nu scuză nimic, chiar dacă poate explica multe... Alături de „pozitivarea" ideologică a furtului pot menţiona şi pozitivarea ideologică a viciului. Eram în Polonia, în 1981, când se instaurase „starea de urgenţă". După o anumită oră, era interzis să ieşi din casă şi să te manifeşti zgomotos. Vodca avea preţuri prohibitive, asta în cazul în care se putea găsi. Aflat în atelierul unui pictor, am auzit, deodată, dinspre stradă, interjecţiile joviale ale unui chefliu. Gazda mea s-a grăbit să observe, pe jumătate în glumă, pe jumătate în serios : „A fi beat la ora asta pe străzile Varşoviei nu mai este un viciu, ci o formă voioasă de disidenţă".

În căutarea unor bucurii comune

Am putea spune că bucuria avea, în Est, alt regim *temporal* decât în Vest. Vestului i se potriveşte definiţia carteziană a bucuriei: „contemplarea unui bine *prezent*" (*Pass. an.*, II, 61, 93). Dar în Est tocmai prezentul, imediatul erau lipsite de conotaţia bucuriei. Singura specie de bucurie asociabilă frecvent prezentului era aceea, deja menţionată, a bucuriilor negative: un rău anticipat care probabil întârzia să se petreacă. Psihologic vorbind, bucuriile negative implică însă şi ele o suprapunere a timpurilor. Ele se referă la o aşteptare (aşadar, la o proiecţie anticipativă, la un *viitor*), combinată cu o experienţă negativă *trecută*. Aştepţi ca, acum şi în *viitor*, reiterarea – confirmată de *trecut* – a răului să devină *prezentă*. Te bucuri, prin urmare, că răul de care erai sigur nu are loc sau că are loc un bine de care te îndoiai. Suntem, cu aceste nuanţe, mai aproape de Spinoza decât de Descartes. În *Etica* sa (III, prop. XVIII, schol. II), Spinoza defineşte bucuria (*gaudium*) drept satisfacţia născută din imaginea unui lucru trecut care s-a petrecut în ciuda îndoielilor noastre (*de cuius eventu dubitavimus*). În Est, Spinoza continuă să fie valabil. Ne bucurăm încă de enorma schimbare survenită în 1989, deşi nimeni n-a crezut-o posibilă. Şi suferim încă de o proastă experienţă a temporalităţii. Trecutul imediat e jalnic, prezentul e dificil, viitorul e incert. Veţi recunoaşte că, în asemenea condiţii, nu e uşor să-ţi păstrezi buna dispoziţie... Nu mai avem bucuriile paradoxale, în acelaşi timp chinuite şi exaltante, pe care le provoca universul dictatorial, dar nu avem încă nici bucuriile voastre. Ceea ce se numeşte „perioada de tranziţie" este, între altele, o perioadă de criză a bucuriei. Suntem expuşi fie nostalgiilor sterile, fie speranţelor neîntemeiate. Nerăbdarea sincronizării cu Vestul n-a adus, deocamdată, decât apetitul

consumului ieftin, plăcerea minoră (sau direct trivială), bucuriile întâmplătoare şi derizorii.

Nu numai că nu putem avea încă bucuriile voastre, dar nici nu suntem pregătiţi, întotdeauna, să le înţelegem. Îngăduiţi-mi să dau un exemplu. Ideologia comunistă, incapabilă să garanteze un nivel de viaţă decent (ca să nu vorbim de bunăstare) şi preocupată mai curând să compromită, prin teroare, bucuria de a trăi, ţinea foarte mult la tematica fericirii şi la ritmica marşului victorios. Cu alte cuvinte, bucuria era, în acelaşi timp, imposibilă şi obligatorie. Cu atât mai obligatorie cu cât era mai imposibilă. Autorii melancolici erau amendaţi drastic, proletarul trebuia să creadă într-un viitor luminos, arta trebuia să fie tonică, mobilizatoare, euforizantă. Până şi tragediile trebuiau să fie optimiste. Din când în când, de Ziua Naţională şi la 1 Mai, se organizau mari defilări entuziaste, care să exprime fericirea generală: elevii zburdau după trasee fixe, muncitorii raportau creşteri utopice ale producţiei, armata îşi etala înzestrarea necesară luptei pentru pace. Alături de sportivi, jandarmi şi tractorişti, toţi „oamenii muncii" trebuiau să participe la aceste uriaşe manifestări populare, purtând lozinci ale biruinţei, steaguri şi portrete ale conducătorilor. Pentru toată lumea, singurele bucurii reale prilejuite de asemenea demonstraţii erau efectele lor „colaterale": se dădea liber de la serviciu şi se găseau, brusc, crenvurşti şi bere. În rest, isteria colectivistă, retorica propagandistică, scenografia triumfalistă nu făceau decât să intensifice marasmul general. În comunism, ***bucuriile comunitare*** erau abominabile, pentru că erau impuse şi mincinoase. Prin contrast, ***viaţa interioară***, valorile individuale, convivialitatea micului grup de prieteni căpătau o importanţă specială. *Universul privat* era singurul capabil să asigure supravieţuirea sufletească şi intelectuală. Bucuria se cupla, aşadar, mai curând cu *concentrarea* decât cu *expansiunea*,

ceea ce nu corespunde cu metabolismul obişnuit al unei emoţii pozitive. „Bucuria – spunea Sf. Augustin – e expansiunea sufletului (*diffusio animi*), în vreme ce tristeţea este contracţia lui." Ei bine, comunismul şi dictaturile în genere reuşesc să răstoarne lucrurile. Ele produc *bucurii ale contracţiei*, ale reducţiei voluntare, ale restricţiei. Exagerând puţin, aş spune că în regimurile dictatoriale bucuria are ceva din metabolismul suferinţei: e amară, gâtuită, astringentă. Nu întâmplător, jurnalul de detenţie al unui mare intelectual evreu din România, Nicu Steinhardt, se intitulează *Jurnalul fericirii*. Un fel de a spune că dezastrul puşcăriei nu e incompatibil cu bucuria interioară, dar şi că bucuria prizonierului e inevitabil contaminată de atmosfera concentraţionară.

Marcat de astfel de experienţe, esticul nu e pregătit să înţeleagă simpatia unanimă existentă, în Vest, pentru mişcările de stradă, pentru marile demonstraţii publice, destinate să exprime protestul, solidaritatea sau, pur şi simplu, bucuria comunitară. Civismul, în această variantă, i se pare uşor carnavalesc. Obişnuit cu defilările impuse şi educat, sub ameninţare, să se abţină de la protestul colectiv, est-europeanul nu pricepe cum pot organiza oamenii, *de bunăvoie*, „marşuri de Paşti" patronate de emblema lui Che Guevara, în loc să petreacă în linişte cu câţiva prieteni, şi care e miza unor proteste stradale zgomotoase, când protestatarii nu riscă nimic şi totul e, de fapt, un prilej de amuzament, de „socializare" cochetă. Înţelegem, desigur, că oamenii au nevoie să se exprime, că vor să se comporte responsabil, să-şi demonstreze luciditatea civică, angajamentul, rostul politic. Dar miza ni se pare mică şi formele de manifestare – candid juvenile. În plus, ne tulbură să constatăm că sute de mii de oameni se mobilizează, pe tot globul, pentru a condamna războiul din Irak, dar că împotriva unor dictatori sângeroşi de tipul Kim Jong Il, Ceauşescu, Saddam Hussein, Gaddafi sau Fidel Castro nu s-au născut niciodată mişcări *de asemenea anvergură*. Steven Spielberg declara de curând că cele opt ceasuri petrecute cu longevivul dictator cubanez au fost cele mai frumoase opt ceasuri din viaţa sa. Iată o bucurie care rămâne refuzată est-europenilor. Nu suntem încă pregătiţi să ne bucurăm de Fidel Castro, să-l invocăm pios pe Mao, să ne împrietenim, în numele dreptului internaţional, cu guvernul rus, ca şi când Cecenia n-ar exista.

S-ar spune că, în anumite privinţe, noi luăm în glumă ceea ce dumneavoastră luaţi în serios şi luăm în serios ceea ce dumneavoastră luaţi în glumă. Pentru a ajunge la un numitor comun, ar trebui ca şi dumneavoastră, şi noi să avem mai mult umor. În ce ne priveşte, avem oarecare antrenament, pentru că, sub dictatură, umorul era adeseori o sursă de bucurie compensatoare, o soluţie de supravieţuire. Dar era un umor „de fermentaţie", un umor fără mare legătură cu veselia. Un fel de a râde *în ciuda* fundalului lipsit de orice haz al ideologiei totalitare. Peter Berger, un sociolog care trăieşte la Boston, dar s-a născut la Viena, vorbea, la un moment dat, despre „teribila lipsă de umor a ideologiilor revoluţionare din vremea noastră". Nu există dictatori cu umor. Şi singurul fel de a nu te lăsa prostit de prostia sumbră, crudă a „revoluţionarilor de profesie" este tocmai umorul. Ceea ce avem însă de învăţat acum este umorul destins, solar, al oamenilor liberi, un umor a cărui motivaţie nu e, în primul rând, defensiva neputincioasă, ci o sănătoasă bună dispoziţie.

Unificarea europeană va însemna, între altele, şi *o unificare a bucuriilor noastre*, o armonizare a experienţei bucuriei din Est cu experienţa bucuriei din Vest. Vom învăţa să ne bucurăm de aceleaşi lucruri şi, mai ales, vom învăţa să ne bucurăm unii de alţii. Trebuie să ştiţi că, înainte de 1989, am admirat fără invidie stilul de viaţă apusean. „Fericirea

altora – spune undeva Balzac – poate fi o sursă de bucurie pentru cei care nu pot fi fericiţi." Chiar şi acum, noi ne bucurăm mai mult de dumneavoastră decât vă bucuraţi dumneavoastră de noi... Cred, totuşi, că avem o temelie comună pentru a reconstrui o bucurie împărtăşită de ambele tabere. Avem de refăcut unitatea europeană, pe care dezastrul celui de-al Doilea Război Mondial a surpat-o. Avem de înălţat o casă în care să convieţuim după marele incendiu de la Yalta. Iar *reconstrucţia*, oricât de grea, e una din cele mai mari bucurii ale omului. Asta spune, în orice caz, o scurtă poveste hassidică, reprodusă de Martin Buber: *„Cel care se bucură cu adevărat e asemenea unuia căruia i-a ars casa şi care, lovit de necaz în adâncul inimii, începe să construiască, totuşi, o casă nouă. Şi pentru fiecare cărămidă nou-aşezată, inima lui se umple de bucurie*".

(Conferinţă ţinută la deschiderea Festivalului internaţional de la Salzburg, 25 iulie 2003; text apărut în *Dilema*, nr. 540)

45. Explicaţi următoarea glumă interculturală:

Care este diferenţa dintre Rai şi Iad? În Rai, poliţia este britanică, chelnerii sunt francezi, mecanismele – nemţeşti, amanţii – italieni şi totul e organizat ca în Elveţia. În Iad, chelnerii sunt britanici, mecanicii – francezi, amanţii – elveţieni, poliţia – germană şi totul e organizat de italieni.

III. STILURI CULTURALE DE COMUNICARE

Între cultură[1] şi comunicare[2] există relaţii şi condiţionări complexe. Cultura este un set de patternuri ce organizează viaţa socială şi un ansamblu de constructe cognitive în baza cărora membrii unei comunităţi tranzacţionează semnificaţii în procesul comunicării. Ca ansamblu al modurilor de viaţă, al credinţelor, mentalităţilor şi valorilor unei societăţi, cultura modelează toate formele de comunicare dintre membrii comunităţii; în acelaşi timp, formele specifice de comunicare din cadrul unei societăţi determină felul în care indivizii conceptualizează realitatea. Pe de o parte, lumea reală impune discursului limite de expresie şi conţinut; pe de altă parte, limba configurează lumea şi ghidează înţelegerea ei. Prin această intercondiţionare, realitatea se constituie la intersecţia dintre lumea faptic-obiectivă şi lumea construită prin discurs subiectiv. Gândurile, credinţele, ideile, emoţiile individului, construite în dialog cu ceilalţi membri ai societăţii, sunt exteriorizate prin limbă. Formele lexicale, gramaticale şi retorice pe care le vehiculează limba sunt internalizate ca realitate reconstruită – forme de socializare, roluri sociale, expectaţii sociale –, într-un cuvânt, ca forme culturale de cunoaştere. În continuumul realităţii obiective limba operează decupaje motivate cultural, iar discursul creează o realitate subiectivă a culturii care

1. Pentru detalii privind conceptul de *cultură*, vezi capitolul II.
2. Pentru detalii privind conceptul de *comunicare*, vezi capitolul I.

îl produce. Deci relația dintre limbă și cultură este tautologică: „Cultura este comunicare, iar comunicarea este cultură" (Hall, 1959). Altfel spus, comunicăm așa cum ne programează cultura, cultura ne programează să comunicăm așa cum comunicăm, comunicăm așa cum comunicăm: „Ființa umană trăiește în plasa de semnificații țesută de ea însăși" (vezi Terzea-Ofrim, 2002, p. 16). Pentru cercetător, limba este o cale de acces spre cultură, iar cultura oferă motivații pentru alegerile comunicative[1].

În concluzie, cultura este un filtru pentru opțiunile comunicative de care dispun membrii unei comunități lingvistice. „Comunicarea este unică în cadrul fiecărei culturi, dar, în același timp, există asemănări și deosebiri sistematice între culturi" (Gudykunst, 2003). De aceea se vorbește despre stiluri comunicative determinate cultural; pe scurt, discurs (ancorat) cultural:

> Definim discursul cultural ca un sistem complex de expresie, de termeni, teme, forme și semnificațiile lor pe care oamenii le folosesc în diverse ocazii pentru a-și configura și organiza viața socială. Folosim termenul *cultural* având în vedere credințele și valorile pe care oamenii le împărtășesc în viața publică pentru a-și defini identitatea și apartenența; folosim termenul *discurs* cu accepția lui pragmatică de practici de expresie ocurente în situații sociale specifice: prin *termeni* și *teme* ne referim la cuvintele propriu-zise, enunțurile și imaginile (verbale și nonverbale) pe care le folosesc oamenii, precum și la domeniile de semnificații pe care acestea le pun în joc; prin *forme* înțelegem mijloace de expresie recunoscute de societate, de la acte independente, cum sunt solicitările, la secvențe complete de acte, cum sunt ritualurile; prin semnificații înțelegem concepte de bază și premise despre a fi, a acționa, a relaționa, a simți, a locui, recunoscute de oameni ca parte a vieții lor cotidiene. Fiind un construct complex, [cercetarea] discursul[ui] cultural își îndreaptă atenția spre resursele specifice pe care le folosesc oamenii pentru a construi semnificații, explicitând sistemul expresiv din care fac parte aceste resurse (Carbaugh, Wolf, 1999, p. 24).

1. Mircea Vulcănescu (1991, p. 95) își fundamenta cercetarea privind „Dimensiunea românească a existenței" tocmai pe relația dintre limbă și cultură: „Materialul pe care se poate sprijini o astfel de cercetare ne poate fi dat mai ales [...] de configurația limbii și de structura simbolurilor expresive cu circulație generală în poporul românesc, altfel zis, de calapoadele de gând pe care s-au croit cuvintele".

Stilurile culturale de comunicare sunt locul în care limba și cultura se întâlnesc. Acestea sunt cercetate, prin relativizarea perspectivelor, în cadrul studiilor de comunicare (mono)culturală (engl. *[mono]cultural communication*), comunicare transculturală (engl. *cross-cultural communication*), comunicare interculturală (engl. *intercultural communication*). Domeniul comunicării (mono)culturale cercetează specificul comunicării în cadrul unei culturi date, specificul formelor de comunicare ancorate într-o anumită cultură (de exemplu, stilul de comunicare specific culturii române – vezi capitolul V). Domeniul comunicării transculturale cercetează comparativ stilurile comunicative din două sau mai multe culturi (de exemplu, stilul de comunicare american comparativ cu cel japonez, cel japonez comparativ cu cel chinez, cel francez comparativ cu cel german – vezi referiri în acest capitol, *infra*). Domeniul comunicării interculturale studiază modul particular în care comunică indivizi proveniți din culturi diferite, într-o situație de comunicare față în față, precum și rezultatele interacțiunii lor (vezi referiri în acest capitol, *infra*). Integrarea celor trei domenii într-o perspectivă unitară și coerentă conduce la o mai bună cunoaștere și înțelegere a asemănărilor și deosebirilor privind relațiile complexe dintre limbă și cultură, în diverse situații de comunicare, conducând la importante predicții teoretice și practice.

1. Relativismul

Studiile de comunicare (mono)culturală, transculturală, interculturală stau sub semnul relativismului: al relativismului lingvistic şi al relativismului funcţional.

1.1. *Relativismul lingvistic*

Relativismul lingvistic, cunoscut şi sub numele de „determinism lingvistic" sau ipoteza „Whorf-Sapir", explică diferenţele dintre limbi prin diferenţe între formele de cunoaştere ale membrilor unei comunităţi date, iar diferenţele dintre realităţile subiective ale unei comunităţi prin diferenţele de limbă:

> Oamenii nu trăiesc doar în lumea obiectivă, în lumea activităţii sociale, ci sunt în egală măsură şi prizonierii limbii pe care o vorbesc, care este mediul de expresie al societăţii în care trăiesc [...]. De fapt, „lumea reală" este în mare măsură constituită, în mod inconştient, din obişnuinţele de limbaj ale grupurilor (Sapir, 1921, *apud* Terzea-Ofrim, 2002, p. 23).

Teoria postulează existenţa unei relaţii sistematice între gândire şi limbă: între modul în care vorbitorii înţeleg (percep, conceptualizează) realitatea şi categoriile (lexico-)gramaticale ale unei limbi.

> Disecăm natura pe liniile trasate de limba noastră maternă. Categoriile şi tipurile pe care le izolăm din lumea fenomenelor nu le găsim acolo pentru că sar, pur şi simplu, în ochi oricărui observator; dimpotrivă, lumea se prezintă într-un flux caleidoscopic de impresii pe care mintea noastră trebuie să le organizeze – iar sarcina revine sistemelor lingvistice din mintea noastră. Tăiem lumea în bucăţi, o organizăm în concepte şi atribuim semnificaţii aşa cum atribuim în special pentru că suntem parte a acestui contract care prevede să o organizăm în acest mod – un contract la care participă întreaga comunitate de vorbitori şi care este codificat în patternurile limbii. Când privesc universul, nu toţi observatorii sunt călăuziţi de aceleaşi evidenţe fizice, decât dacă fundalurile lor lingvistice sunt similare sau dacă pot fi cumva calibrate (Whorf, 1956, pp. 213-214).

> Fiinţele umane nu trăiesc doar în lumea obiectivă sau doar în lumea activităţii sociale cum este ea înţeleasă în mod curent, dar depind foarte mult de limba particulară care a devenit mediul de expresie al societăţii lor. Este pur şi simplu o iluzie să credem că oamenii se adaptează realităţii în absenţa folosirii limbii sau că limba este doar un mijloc accidental folosit pentru rezolvarea problemelor de comunicare şi reflecţie. Esenţa problemei constă în faptul că „lumea reală" se clădeşte, în mare parte în mod inconştient, pe obiceiurile lingvistice ale grupului. Nu există două limbi suficient de asemănătoare pentru a putea considera că ele reprezintă aceeaşi realitate socială. Lumile locuite de diverse societăţi sunt lumi diferite, nu doar aceeaşi lume pe care cineva a pus etichete diferite... Vedem, auzim şi trăim experienţele într-un anumit mod pentru că obişnuinţele lingvistice ale comunităţii din care facem parte ne creează predispoziţia de a face anumite alegeri şi interpretări (Sapir, 1949, p. 69).

1.2. *Relativismul funcţional (Halliday, 1973)*

Relativismul funcţional pleacă de la premisa că formele specifice pe care le vehiculează o limbă dată sunt determinate de uz, adică de nevoile sociale şi personale ale utilizatorilor, exprimând în acelaşi timp modul în care oamenii concep şi percep societatea în care trăiesc. Formele lingvistice codifică o reprezentare a lumii aparţinând unei societăţi determinate, cu toate elementele ei specifice. Şi cum societăţile se constituie din medii diverse sub aspect istoric, geografic, al valorilor, credinţelor, obiceiurilor etc., limbile sunt diferite. Teoria postulează o relaţie sistematică între nevoile de comunicare în cadrul societăţii şi limbă, influenţând gândirea ca urmare a cristalizării acestor relaţii sistematice în forme de comunicare constante, recurente.

1.3. *Universalismul*

O modalitate opusă de interpretare a relaţiei dintre limbă şi cultură este universalismul, care stipulează existenţa unor primitive semantice universale, combinate cu dotarea genetică a individului, care se naşte cu „facultatea limbii". În felul acesta se accentuează asemănările dintre limbi, nu diferenţele dintre ele (vezi, printre alţii, Chomsky, 1985; Pinker, 1994).

Şi totuşi, cele două teorii aparent opuse devin compatibile dacă „distingem între nivelul atomic şi nivelul molecular al reprezentărilor semantice". La nivel atomic se poate vorbi de reprezentări semantice în termenii unor primitive semantice, în timp ce la nivel molecular (la nivelul combinării „atomilor") rezultă combinaţii specifice unei limbi date, având efecte conceptuale specifice asupra utilizatorilor (Gudykunst, 2003, p. 56).

Concluzii. Înglobând la nivel atomic universalismul, relativismul (cel lingvistic şi cel funcţional) stipulează: (i) existenţa unor diferenţe între limbi, rezultate din corelaţii sistematice între limbă, gândire, uz social; şi (ii) egalitarismul, adică egalitatea tuturor limbilor, în condiţiile în care acestea servesc scopurile unei culturi determinate şi nevoile de comunicare ale membrilor unei societăţi anume.

2. Diferenţe comunicative induse cultural

Pentru a înţelege felul în care oamenii folosesc limba, trebuie să înţelegem felul în care limba este modelată şi construită de cultură (Philipsen, *apud* Gudykunst, 2003, p. 57). Diferenţele comunicative induse cultural se plasează la două niveluri aflate în interacţiune: *lingvistic* (diferenţe lexico-semantice şi gramaticale) şi *discursiv* (scripturi culturale, practici discursive, structura interacţiunii verbale, relaţiile interpersonale şi instituţionale din cadrul societăţii, relaţia dintre elementele verbale şi cele nonverbale în cadrul comunicării).

2.1. *Nivelul lingvistic*

Discursul se construieşte la intersecţia decupajelor pe care structurile lexico-gramaticale ale unei limbi date le operează în lumea reală.

> Semnificaţiile.cuvintelor sunt fapte sociale, care nu pot fi schimbate de indivizi, indiferent de proeminenţa lor socială (Wierzbicka, 2006a, p. 18).

În continuumul realităţii, limba, prin intermediul cuvintelor şi al structurilor lingvistice, operează decupaje împărtăşite şi validate cultural. Pe de o parte, cunoaşterea lumii, modul în care indivizii se raportează la realitate se corelează, în planul limbii, cu interacţiunile dintre lexic, semantică şi gramatică; pe de altă parte, fenomenele lingvistice sunt urme ale unor procese cognitive determinate cultural. Există deci o interdependenţă între reprezentările cognitive şi reprezentările lingvistice: „There is no meaning nor existence to universe apart from the cognitive map, and this map is recoverable from the structures of language" (Givón, 1979, p. 351).

2.1.1. Lexicul

Cuvintele nu numesc realităţi universale, ci realităţi construite cultural pe baza unor percepţii sociale determinate, convenţionale. Vocabularul fiecărei limbi reflectă experienţele particulare ale unei comunităţi date („Vocabulary is a very sensitive index of the culture of the people" – Sapir, 1949, p. 27). Realitatea, ca fapt obiectiv şi continuu, există; diferă doar modul în care, prin

intermediul limbii, diverse comunităţi o segmentează în unităţi discrete. Factorii care influenţează decupajele lumii sunt de natură geografică, istorică, socială.

Realităţile culturale pe care le numesc cuvintele sunt determinate de spaţiul geografic în care comunitatea respectivă trăieşte, de istoria sa, de practicile sociale. De exemplu, conceptul de *vară* are reprezentări diferite în diverse spaţii geografice – la poli, în zonele temperate şi la ecuator –, ca şi *zăpadă, soare, cald* sau *frig*; sintagma *strămoşii noştri* îşi asociază reprezentări, atitudini şi valori diferite în cultura română, în cea britanică, în cea rusă sau în cea americană; conceptul *viteza legală pe autostradă* depinde de convenţiile sociale specifice unei societăţi date: este de 110 km/h în Finlanda, 120 km/h în Suedia, 130 km/h în Italia şi România, nelimitată în Germania; în diverse momente istorice, sintagma *vecinii de la Nord ai ţării noastre* a avut referenţi diferiţi – Polonia, Uniunea Sovietică, Ucraina; cuvântul *rugăciune* îşi asociază practici şi semnificaţii diferite în religia creştină, în cea iudaică, în cea musulmană.

Zonele de semnificaţie admit partiţii diferite de la o limbă-cultură la alta. De pildă, faptul că în limba eschimoşilor există aproximativ 60 de termeni pentru *zăpadă*[1], doar doi-trei în limbile europene şi nici unul în culturile africane reflectă un mod diferit de viaţă, de conceptualizare a realităţii, semnalează elementele relevante legate de construirea şi perceperea realităţii în cultura respectivă (ipoteza determinismului lingvistic – B. Whorf); cu toate acestea, experimentele au demonstrat că şi un locuitor de la ecuator poate percepe fenomenul *zăpadă*, îl descrie în manieră similară cu un eschimos, dar îl interiorizează diferit. Limba unui trib din Brazilia (piraha) conţine doar trei

1. Acest exemplu clasic a fost intens dezbătut: s-a invocat, de pildă, faptul că în realitate există un număr mult mai mic de termeni (trei-patru), iar inventarul numeros ar fi rezultat din punerea laolaltă a cuvintelor unor limbi diferite, căci sub numele generic „limba eschimoşilor" s-ar identifica mai multe idiomuri înrudite.

cuvinte-numeral (unu, doi, mulţi), iar cercetările au demonstrat că oamenilor din acest trib le lipseşte chiar şi abilitatea de a număra de la trei în sus; dar ei nu au nevoie nici de cuvintele corespunzătoare celorlalte numere, nici de abilitatea respectivă, dată fiind viaţa lor de vânători nomazi, care nu au nevoie să numere nimic. Cuvântul românesc *nepot* desemnează simultan două realităţi: „copilul copilului meu" şi „copilul fratelui meu/surorii mele", redate în engleză, de pildă, prin lexeme diferite: *grandson*, respectiv *nephew*, iar în aromână există doi termeni diferiţi pentru *unchi* (*lále* – unchi; *tâta máre* – unchiul cel mai în vârstă din partea tatălui) sau pentru *mătuşă* (*tétă* – mătuşă; *máma máre* – mătuşa cea mai în vârstă din partea tatălui), în timp ce un termen special, *bagianac*, desemnează rudenia stabilită între soţii a două verişoare primare. Gradele de rudenie există ca atare în limbile respective, deşi, pentru denumirea lor, vorbitorii recurg în mod diferit la cuvinte şi realizează decupaje diferite în continuumul realităţii. Cuvântul *câine*, în limba chineză, acoperă o realitate suplimentară pe care nu o desemnează în culturile occidentale, şi anume, aceea de „hrană"; cu toate acestea, indivizi din culturile europene au trăit experienţa acestei realităţi culturale şi pot înţelege încărcătura semantică suplimentară a termenului, chiar dacă nu este proprie culturii din care provin. Semnificaţia „conform cu normele esteticii" este redată în română prin cuvinte ca *superb, frumos, drăguţ, mişto*, în engleză prin *superb, beautiful, nice, pretty, handsome, cute*, în franceză prin cuvinte ca *superbe, beau, jolie* etc.; în cadrul fiecărei limbi (română/engleză/franceză), seriile se organizează într-un mod particular, punând în evidenţă diferenţe graduale între termeni (*superb* – grad maxim, *drăguţ* – grad mic), diferenţe privind capacităţile de combinare cu alte cuvinte (*pretty woman/handsome man*), diferenţe de repartiţie stilistică (*frumos* – standard, *mişto* – argotic).

Pentru denumirea aceleiaşi realităţi, limbile pot folosi sintagme în a căror structură intră cuvinte cu semnificaţii diferite: rom. *struguri*

negri, engl. *red grapes*; rom. *roşu de invidie*, fr. *jaune d'envie*, engl. *green with envy*, it. *rosso per l'invidia*. Expresiile idiomatice conservă, fosilizate, elemente de cultură: rom. *la o aruncătură de băţ*, engl. *at a stone's throw*; rom. *a fi în pielea altuia*, engl. *to be in one's shoes*.

Cuvinte corespondente pot desemna realităţi diferite: rom. *purpuriu* („roşu, de culoarea purpurei"), engl. *purple* („vânăt, vineţiu"); rom. *(om) inteligent* poate însemna într-o cultură „(om) care gândeşte repede şi are abilitatea de a se exprima bine" sau „(om) care vorbeşte numai după ce a cumpănit cu grijă răspunsul şi este sigur de competenţa sa în domeniu". Asociaţiile mentale dintre cuvinte şi lucruri sunt diferite de la o cultură la alta: *dracul* este negru în cultura română, dar roşu în culturile occidentale; substantivul *vacă*, pentru indieni, se asociază cu semnificaţia „animal sacru", pe care în culturile occidentale nu o are.

Există cuvinte a căror semnificaţie culturală diferă de cea literală, de dicţionar. De exemplu, în culturile arabe – în contexte de tipul: *Când primiţi la magazin această piesă de maşină ?/Mâine, mâine* semnifică „Nu ştiu/Niciodată", într-o formă politicoasă, indirectă de răspuns.

Metafore ale limbajului comun – catahreze – reflectă conceptualizări diferite ale realităţii: rom. *la poalele muntelui*, engl. *at the hill's foot*; rom. *bou* („om prost"), engl. *ox* („om harnic, muncitor").

Implicaţiile semantice ale cuvintelor diferă de la o limbă la alta. De exemplu, în română, *a decide* presupune pur şi simplu „a formula o rezoluţie" (*Comisia a decis*...), în timp ce, în engleză, *to decide* implică existenţa „unui proces controversat, a unei dispute la capătul căreia s-a ajuns la o concluzie"; *a face un compromis* are doar implicaţii pozitive în Marea Britanie şi Irlanda („înţelegere din care ambele părţi au ceva de câştigat"), în America de Nord poate avea uneori – în situaţii competitive extreme – şi implicaţii negative („ambele părţi au pierdut ceva"), iar în România are o conotaţie preponderent negativă („a face o concesie"), dată de contaminarea cu sensul verbului *a (se) compromite* şi al adjectivului participial corespunzător, *compromis*. Cuvântul *business* are o conotaţie pozitivă în culturile de limbă engleză, dar echivalentul său românesc *afacere* a avut o conotaţie ideologică negativă în societatea comunistă, ca şi *capitalism*, *profit*, *concurenţă*; *individualist* poate avea o conotaţie pozitivă în unele culturi, „pe picioarele lui, capabil să-şi ia viaţa pe cont propriu", în altele, o conotaţie negativă, apropiată de „egoist". Mai mult chiar, sub presiunea ideologiei, anumite cuvinte pot deveni la un moment dat „politic corecte/incorecte": *persoane cu dizabilităţi fizice sau psihice/handicapat* (Statele Unite), *tovarăş/domn* (România, perioada comunistă).

Uzul unor sintagme/cuvinte este restricţionat de convenţii socioculturale: dacă în cultura română sunt acceptate sintagme ca *doamna Emilia*, *domnişoara Maria*, *domnul Florin*, această asociere pare ciudată locuitorilor din Europa de Vest, aşa cum folosirea ca apelative, în culturile de limbă engleză, a termenilor *Mister* (în loc de *Sir*) şi *Misses* (în loc de *Madam*) este agresivă, vulgară; în cultura spaniolă, numele de familie este folosit în comunicarea interpersonală de interlocutori între care gradul de intimitate este relativ mic, în timp ce, în cultura română, folosirea numelui de familie (neînsoţit de apelativul *domn/doamnă/domnişoară*) este impropriu şi apare doar emfatic pentru marcarea solidarităţii de grup sau, în presă, ca expresie a unei perspective obiective asupra evenimentelor.

În ciuda unor echivalenţe de traducere dintr-o limbă în alta, cuvintele/sintagmele pot reflecta practici discursive, constructe culturale şi relaţii sociale diferite. De pildă, engl. *give a talk* presupune un discurs public informal frecvent în culturile anglo-saxone, spre deosebire de cultura franceză, unde *faire une communication*, *faire un exposé* presupune o comunicare, o expunere formală. În lumea anglo-saxonă, conceptul exprimat prin termenul *communication* este extrem de important, având ca echivalent în cultura rusă conceptul *obščenie*, o formă de comunicare interpersonală presupunând „a fi împreună şi a vorbi" cu alte persoane. În culturile anglo-saxone se face distincţie

între *answers* şi *replies*, inexistentă în limbile europene. Conceptele desemnate prin fr. *demande*, germ. *Bitte*, rus. *pros'ba* nu au echivalent în engleză, termenul cel mai apropiat ca sens, deşi oficial şi folosit doar în anumite situaţii, fiind *request* (*apud* Wierzbicka, 2006a). Practicile discursive evocate prin aceşti termeni îşi au rădăcinile în ideologia societăţilor respective. Alteori, termenii se corelează cu practici sociale. Astfel, în cultura americană, puternic individualistă, termenul *friend* (rom. *prieten*) se defineşte prin: absenţa unor comportamente formale sau ritualizate, a unor norme de comportament sau obligaţii; importanţa asemănării cu celălalt; afecţiune, încredere, sprijin, onestitate, loialitate. În alte culturi, colectiviste, prietenia impune obligaţii şi responsabilităţi. În acelaşi timp, cultura americană face distincţie între un comportament prietenos (apropiat, sincer) de care oamenii dau dovadă din primele momente ale interacţiunii cu un străin şi prietenia adevărată, rară, nu foarte intensă şi în general de scurtă durată. Prietenia, în general, este asociată în cultura americană cu popularitatea, cu succesul social. De altfel, există foarte mulţi determinanţi adjectivali folosiţi pe lângă substantivul *friend* pentru a reflecta mai exact tipul relaţiei: *casual friend, close friend, best friend, good friend, true friend, real friend*. Termenul echivalent din cultura germană, *Freund*, se foloseşte restrictiv, aplicându-se doar prietenilor apropiaţi (engl. *close friend*).

Mai mult decât o diferenţă de semnificaţie latentă şi partiţie în continuumul realităţii, cuvintele poartă şi încărcătura viziunii despre lume a unui grup etnic. În culturile occidentale, de pildă, prietenia este văzută ca o „chimie" a personalităţilor, definibilă ca „atracţie mutuală, ataşament, simpatie"; în culturile budiste, relaţiile îşi au rădăcinile în ciclurile vieţilor succesive şi sunt supuse unor cauze complexe neînţelese de individ, numite *yuan*, care determină construirea relaţiilor, tipul şi profunzimea lor.

Unele cuvinte sunt aproape intraductibile, desemnând realităţi culturale ce nu au corespondent într-o altă cultură: engl. *self-assertion, privacy*, rom. *dor*.

2.1.2. Gramatica

Mai mult decât simpla variaţie tipologică, structurile gramaticale specifice unei limbi reflectă moduri diferite de raportare la realitate.

> ...cei care utilizează [limbi cu] o gramatică semnificativ diferită sunt ghidaţi de gramatica pe care o folosesc să observe şi să evalueze în mod diferit obiectele externe ale unui act de observare şi deci nu sunt echivalenţi ca observatori, ajungând prin aceasta la viziuni diferite asupra lumii (Wierzbicka, 2006a, p. 87).

Astfel, unele limbi nu marchează genul substantivului (de exemplu, limba engleză), în timp ce în altele există trei genuri gramaticalizate – masculin, feminin, neutru (ca în germană, franceză, română, de pildă) – sau reflectând concepţii ancestrale privind forţele binelui şi forţele răului[1]. O entitate poate fi conceptualizată ca numărabilă sau nenumărabilă (rom. *pâine, pâini*, engl. *bread*), desemnată prin singular sau plural (rom. *mazăre*, engl. *peas*; rom. *fasole*, engl. *beans*; rom. *mulţi bani*, engl. *much money*). Referirea la inanimate se face printr-un pronume special în engleză (*it*), dar printr-un pronume comun animatelor şi inanimatelor în limbile romanice (rom. *el, ea* / fr. *il, elle* / it. *lui, lei* / sp. *ello, ella*). Sistemul gramatical al politeţii se materializează prin desemnarea interlocutorului printr-un singur pronume în engleză – *you* –, prin două în franceză – *tu, vous* –, prin trei în română – *tu, dumneata, dumneavoastră* –, în funcţie de relaţia de deferenţă dintre interlocutori, prin mai mulţi termeni în japoneză, în funcţie de statutul social, rangul, sexul, vârsta interlocutorului: *omae, kimi, ariate, kisama, anata-sama* etc.;

1. Titlul unei cărţi scrise de George Lakoff este *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reaveal About the Mind* (1987) – titlul cărţii ilustrează principiul în baza căruia substantivele dintr-o limbă africană sunt încadrate în genul feminin: toate substantivele referitoare la femei, la foc şi la lucruri periculoase.

referirea reverenţioasă la interlocutor se face prin utilizarea unei forme de persoana a II-a în română (*dumneata, dumneavoastră*), dar printr-o formă pronominală de persoana a III-a în italiană (*lei*). Continuumul temporal este segmentat diferit de la o limbă la alta, prin formele verbale (prezenţa în engleză/absenţa în română a timpului *present perfect*; prezenţa în engleză/absenţa în română a aspectului continuu gramaticalizat etc.) sau prin reguli de concordanţă a timpurilor în vorbirea indirectă – absente în română, prezente şi bine formalizate în engleză sau franceză. În majoritatea limbilor europene, timpul este văzut ca o linie, presupunând o succesiune de momente : trecut, prezent şi viitor ; în cultura amerindienilor hopi, timpul este conceptualizat ciclic, nu liniar, ca o entitate difuză, în interiorul căreia acţionează categoria intensităţii, inexistentă în limbi precum engleza, franceza, rusa etc. În limba civilizaţiei zulu există două timpuri trecute : trecutul care nu are efect în prezent şi trecutul care are efect în prezent. Frecvenţa structurilor sintactice cu diateza pasivă din limba rusă a fost pusă în legătură cu o atitudine culturală pasiv-contemplativă a individului în lume, în timp ce preferinţa pentru structurile active din culturile anglo-saxone este asociată cu atitudini active, cu o filosofie a lui *to act*. În dialectul mandarin nu există condiţional, deoarece oamenii din Orient evită în general dezbaterea, speculaţia, orientându-se în special spre aplicaţii practice.

2.2. *Nivelul discursiv*

Proiecţia sistemului abstract al limbii în planul vorbirii, al interacţiunii într-un context determinat, pune în evidenţă diferenţe de natură discursivă între limbi.

2.2.1. Scripturile culturale

Procesul comunicării are subiacente scripturi culturale, pe care le activează şi le evocă secvenţial. Scripturile culturale reprezintă un ansamblu de norme care organizează interacţiunile verbale, conferindu-le semnificaţie. Ele includ elemente de comportament social, de gândire, de comunicare verbală şi nonverbală (Hymes, 1968 ; Gumperz şi Hymes, 1986/1972 ; Shweder, 1993 ; Wierzbicka, 1991/2003, 1994). Orice act de comunicare se desfăşoară în cadrul unui script cultural, astfel încât enunţurile evocă secvenţe ale acelui script.

De exemplu, în majoritatea restaurantelor europene şi americane, scriptul cultural este următorul : clientul intră în restaurant → se aşază la masă → vine chelnerul → ia comanda → clientul aşteaptă la masă comanda → chelnerul aduce comanda → clientul mănâncă → chelnerul aduce nota de plată → clientul achită → clientul pleacă. În majoritatea restaurantelor asiatice, scriptul cultural este : clientul intră în restaurant → se aşază la coadă pentru a alege ce doreşte să consume dintre preparatele expuse în vitrină → alege → face comanda şi o achită la casă → se aşază la masă şi aşteaptă comanda → chelnerul aduce comanda → clientul mănâncă → clientul pleacă. Constrânse de scripturi culturale, textele capătă semnificaţii culturale diferite. Un enunţ ca ***Am văzut-o aseară pe Ana la restaurant, eu tocmai plătisem, iar ea făcea comanda ; n-am putut vorbi cu ea. O voi suna deseară*** se decodează diferit în funcţie de scriptul cultural. Conform scriptului european şi american, enunţul implică faptul că „cei doi nu au putut vorbi pentru că au fost puţin timp împreună în restaurant : când vorbitorul tocmai pleca, Ana tocmai sosise". Conform scriptului asiatic, enunţul sugerează că, „deşi cei doi s-au aflat în restaurant o perioadă de timp în care ar fi avut vremea necesară pentru a sta de vorbă, totuşi nu au vorbit din diverse motive posibile (fiecare era însoţit de cineva, unul dintre ei se grăbea, vorbitorul a ezitat să abordeze o anumită problemă în restaurant etc.)".

Scripturile culturale au consecințe în planul textului. Într-un articol pe tema învățării limbilor străine în context intercultural, Goddard și Wierzbicka (2006) prezintă câteva astfel de corelații:

1. Un script cultural anglo-saxon legat de „autonomia personală"
oamenii gândesc așa:
când cineva face un lucru, e bine ca acea persoană să gândească așa:
„Fac acest lucru pentru că vreau să-l fac".

Consecințele în plan textual ale acestui script cultural sunt diverse: frecvența redusă a imperativelor, nefolosirea unor performative de tipul *Îți cer să...*, evitarea rugăminților insistente ca o persoană să facă ceva, folosirea structurilor interogative pentru a performa indirect acte de vorbire directive (*Nu ai vrea să... ?, Ce ai spune dacă... ?, Ai putea să... ?*), formularea indirectă a directivelor în forma unor sugestii (*Poate ai vrea să...*).

2. Un script cultural rus legat de „autoexprimare"
oamenii gândesc așa:
e bine că o persoană vrea ca și ceilalți oameni să știe ce gândește ea cu adevărat
e bine că o persoană vrea ca și ceilalți oameni să știe ceea ce simte ea cu adevărat.

Printre consecințele textuale ale acestui script se numără utilizarea frecventă a unor particule și interjecții prin care vorbitorii își exteriorizează gândurile și sentimentele: *Nepravda!* („Nu-i adevărat!"), *Tî ne prav* („N-ai dreptate!", „Greșești!"), *Da net* (empatizând cu interlocutorul, „Nu!", „Nu se poate!"), *podlec* („Om de nimic!", „Netotule!", „Jigodie!"), *blagorodnîi* („Om nobil!", „Om superior!").

3. Un script cultural coreean legat de „deferență"
oamenii gândesc așa:
când sunt în compania cuiva trebuie să gândesc așa:
„Această persoană nu e ca mine"
„Această persoană îmi este superioară"

pentru că acum sunt în prezența acestei persoane, nu pot să fac anumite lucruri, nu pot
să spun anumite lucruri, nu pot să pronunț anumite cuvinte
dacă această persoană îmi spune: „Vreau să faci un anumit lucru", eu nu pot să spun
„Nu vreau să fac asta"
dacă acea persoană vrea ca eu să fac un anumit lucru, ar fi bine să îl fac
ar fi foarte rău dacă această persoană s-ar simți prost din cauza mea.

Printre consecințele discursive ale acestui script se numără frecvența ridicată a onorificelor, a titlurilor, a formulelor de respect, folosirea diverselor registre (în funcție de statutul social al interlocutorului), evitarea refuzului de a face acțiunea cerută de interlocutor, evitarea răspunsului direct *nu*.

2.3. *Practicile discursive*

Configurația interacțiunilor verbale este constrânsă de practicile discursive specifice unei culturi date, încorporând elemente de mentalitate, de ideologie, modalități specifice de exprimare a identității culturale.

Ansamblul formelor, tehnicilor, mijloacelor și strategiilor de interacțiune verbală și nonverbală în cadrul societății reprezintă practicile discursive specifice acelei societăți.

De la o cultură la alta, strategiile comunicative la care vorbitorii recurg în diverse situații variază. De exemplu, o analiză a conferințelor de presă ținute de Ministerul chinez al Afacerilor Externe, respectiv de Departamentul de Stat American a evidențiat faptul că, pe parcursul interacțiunii, atât jurnaliștii chinezi, cât și cei americani au solicitat informații relevante pentru subiectul în discuție; dar, în timp ce chinezii solicitau în special comentarii generale din partea autorităților, americanii aveau tendința de a

cere clarificări şi confirmări punctuale; în timp ce oficialităţile chineze evitau răspunsul sau dădeau răspunsuri insuficiente, oficialităţile americane formulau direct refuzul de a răspunde la o întrebare, însoţindu-l adeseori de o justificare. Diferenţele de strategie au explicaţii culturale. Astfel, cultura chineză este preponderent orientată spre conservarea unor relaţii sociale armonioase în cadrul societăţii, spre activităţi de negociere a imaginii publice a interlocutorilor, care conduc la construirea unei imagini favorabile, atât a vorbitorului, cât şi a interlocutorului; de aceea, pentru a nu afecta imaginea publică a interlocutorului, vorbitorii evită refuzurile directe, conflictele verbale, îşi maschează lipsa de cunoştinţe într-un anumit subiect, recurg la strategii indirecte de comunicare. La polul opus, cultura americană promovează strategii directe de comunicare, în care transmiterea eficientă de informaţie prevalează asupra strategiilor de negociere a imaginii publice a interlocutorilor. În acelaşi timp, ideologia comunistă a societăţii chineze constrânge interacţiunea verbală, o controlează într-o măsură mai mare, îi dă un grad sporit de formalism şi rigiditate: astfel, spre deosebire de conferinţele de presă americane, în conferinţele de presă ale chinezilor predomină perechile de adiacenţă întrebare-răspuns, neurmate de ratificări (*follow-up*) din partea jurnalistului, nu apar apelative şi elemente de focalizare a discursului, nu apar glume (Jiang, 2006).

Structura interacţiunii verbale este configurată de strategiile de discurs adoptate: perechile de adiacenţă, trecerile de la o subtemă la alta etc. De pildă, o comparaţie între convorbirile telefonice dintre americani şi convorbirile telefonice dintre germani a pus în evidenţă următoarele deosebiri: în timp ce vorbitorii americani preferă identificarea de către celălalt după timbrul vocii, vorbitorii germani preferă autoidentificarea, spunându-şi numele; în timp ce interlocutorii americani schimbă formule politicoase de tipul *Ce mai faci?*, cei germani fie pur şi simplu omit această formulă intrând direct în subiect, fie doar unul dintre interlocutori o rosteşte şi cel mai adesea o transformă, prin extindere, în prima temă a interacţiunii (Huth, Taleghani-Nikazm, 2006).

Un ansamblu de reguli contextuale organizează interacţiunile dintre membrii societăţii. De exemplu, în cultura americană, interacţiunea didactică (în clasă) este preponderent dialogică, astfel încât elevii sunt încurajaţi să pună întrebări, să-şi exprime punctul de vedere, să argumenteze, să-l întrerupă pe profesor pentru a intra în dialog cu el; în culturile asiatice, interacţiunea didactică este preponderent monologică, iar studenţii sunt învăţaţi să-l asculte atent pe profesor, fără a-l întrerupe, să nu pună întrebări, să preia informaţia în mod necritic. Diferenţele dintre cele două modalităţi de interacţiune se explică prin două sisteme ale politeţii diferite: sistemul politeţii ierarhice din ţările asiatice şi sistemul politeţii egalitariste din Statele Unite (Scollon, Scollon, 1995).

Diferenţe culturale apar chiar şi în cazul unor texte canonice, cum ar fi scrisorile de afaceri, invitaţiile oficiale sau private, e-mailurile, anunţurile oficiale, CV-urile, recomandările etc. Aceste tipuri de texte au formă (relativ) fixă, conformă cu un anumit protocol învăţat explicit de membrii societăţii, ca modele de redactare şi structurare a mesajului. Gradul de formalism al unei scrisori electronice este diferit de cel al unui e-mail din cultura americană (formulele introductive şi finale, conţinutul, formulele de adresare, libertăţile stilistice admise); retorica recomandărilor este diferită în cultura germană şi în cultura română; forma CV-urilor este alta în Europa şi în Japonia; scrisorile de intenţie se scriu diferit de la o cultură la alta; există culturi care interzic difuzarea unor tipuri de texte (în Coreea de Nord, de pildă, este interzis accesul la internet, în societăţile totalitare sunt interzise chemările la grevă; discursul publicitar a fost cvasiabsent în societatea românească totalitară). O comparaţie între două texte specifice tranzacţiilor comerciale va evidenţia diferenţele culturale (domeniul englez – francez), pe fundalul unui conţinut comun (adresarea unei plângeri pentru livrarea unor mărfuri de calitate necorespunzătoare):

We have today received the boxes referred to in your advice note of the... We are sorry to tell you that the goods are not according with the conditions of the order. We shall have to place the goods at your disposal and are awaiting your instructions. Would you please let us have your reply as soon as possible (Miroiu, 1992, pp. 48-50).

Nous avions été fort surpris de constater que la qualité de la marchadise este inférieure à celle que vous nous fournissiez habituellement. Sans doute, s'agit-il d'une erreure commise à l'emballage. Nous vous serions donc obligés de nous envoyer votre représentant le plus tôt possible, afin qu'il constate le fait par lui-même. Comptant sur une prochaine reponse, nous vous présentons, Monsieur, l'expression de nos sentiments très respectueux (Goldiş-Firoiu, 1995).

În scrisoarea redactată în limba engleză stilul este direct şi precis, se fac referiri exacte la documente, se lasă la latitudinea partenerului de afaceri găsirea unei soluţii pentru corectarea situaţiei. Formulele de politeţe sunt relativ scurte, întreaga scrisoare fiind redactată succint. În scrisoarea redactată în limba franceză, stilul este indirect şi evaziv, se face referire la experienţa de afaceri comună a celor doi parteneri; formulele de politeţe sunt augmentate, iar pentru a diminua pe cât posibil efectele negative ale plângerii asupra interlocutorului se invocă posibile scuze pentru partener, se sugerează o soluţie de rezolvare şi totodată de validare a conţinutului plângerii de către adresant.

Cultura impune restricţii şi în privinţa canalului de comunicare. Într-o anumită situaţie, unele culturi acceptă comunicarea mediată (telefon, e-mail, fax), în timp ce altele o refuză sau preferă comunicarea faţă în faţă, pentru că o percep fie mai eficientă, fie mai politicoasă.

2.4. *Construirea semnificaţiei*

Semnificaţia se construieşte prin mecanisme complexe, bazate pe interacţiunea mai multor elemente.

2.4.1. Gestionarea temei

Studiile au demonstrat că există diferenţe culturale în structura tematică a textelor.

2.4.1.1. *Tiparul discursiv*

O diferenţă semnificativă ţine de tiparul discursiv după care se organizează informaţia. *Tiparul discursiv* reprezintă modul de organizare şi prezentare a datelor într-un text (scris sau oral), de obicei monologal. Există două tipare discursive fundamentale: tiparul inductiv şi tiparul deductiv. *Tiparul inductiv* se bazează pe acumularea de date pentru formularea, în final, a unei concluzii (A+B+C+D→E). *Tiparul deductiv* se bazează pe exprimarea ideii generale, a tezei la începutul textului, urmând ca aceasta să fie detaliată ulterior în cadrul discursului (A→B+C+D+E). Următoarele două texte exemplifică, primul, tiparul inductiv, cel de al doilea, tiparul deductiv:

În cea mai mare parte, producţia este asigurată de China. Nu suntem încă siguri de reacţia Guvernului. Efectul reclamelor TV nu este în totalitate previzibil. Problemele ar trebui tratate cu oarecare precauţie. Ar fi poate mai bine să mai aşteptăm câteva luni înainte de a lua o hotărâre.

Părerea mea este că ar trebui să mai aşteptăm 2-3 luni înainte de a lua o hotărâre definitivă. Ar fi o măsură de precauţie pe care o luăm având în vedere că: în cea mai mare parte producţia este asigurată de China, nu suntem siguri de reacţia Guvernului, iar efectul reclamelor nu este în totalitate previzibil.

Ambele tipare de discurs au funcţia de a reduce incertitudinea prin structurarea informaţiei într-un mod predictibil de către ascultător/cititor. Diferă însă locul din text unde cititorul găseşte esenţializată ideea centrală asupra căreia este solicitat să-şi concentreze atenţia: în cazul tiparelor inductive, atenţia se concentrează la sfârşitul textului, acolo unde este formulată concluzia; în cazul tiparelor deductive, atenţia se concentrează la începutul textului, acolo unde este formulată teza. Cultura japoneză, de pildă, preferă patternurile inductive, în timp ce cultura americană, pe cele deductive.

Cele două tipare de discurs se asociază de obicei cu două stiluri distincte: stilul retoric (sofisticat, amplu, controlat, [auto]reflexiv, colectivist, respectând distanţele ierarhice, orientat spre autoexprimare şi relaţia dintre interlocutori) şi, la antipod, stilul utilitarist, non-retoric (clar, concis, sincer, pozitivist-empiric, individualist, egalitarist, orientat spre transmiterea eficientă a informaţiei). În exemplele de mai sus, se observă că primul text, construit pe tiparul inductiv, nu este asumat de un vorbitor (persoana I), preferându-se pluralul colectiv-impersonal, termenii sunt vagi (*în cea mai mare parte, încă, oarecare, ar fi poate*), faptele sunt prezentate într-o enumerare cu perioadă retorică. Propoziţiile sunt dispuse uniform, între ele neexistând conectori pragmatici care să expliciteze relaţii logice de tipul cauzalitate, consecinţă, concesie, relaţii spaţio-temporale etc. În textul organizat deductiv, enunţul este asumat de vorbitor (*părerea mea este*), termenii sunt precişi (*2-3 luni*), între faptele prezentate în text se stabileşte în mod explicit o legătură de cauzalitate.

Apartenenţa textului la unul dintre tiparele discursive – tiparul deductiv sau tiparul inductiv – se corelează cu strategii diferite de organizare a informaţiei, pe de o parte, dar şi cu strategii diferite de lectură şi interpretare, pe de altă parte.

2.4.1.2. *Progresia tematică*

Există două variante principale de progresie tematică: progresia tematică liniară şi progresia tematică în spirală. *Progresia liniară* presupune introducerea, pe rând, a câte unei subteme şi epuizarea ei, apoi a alteia şi aşa mai departe; *organizarea în spirală* presupune dezbaterea simultană a două sau mai multe subteme şi argumentarea lor globală, reveniri la o subtemă precedentă rămasă deschisă pentru comentarii suplimentare, reluări redundante ale unor subteme sau ale unor concluzii anterioare. În esenţă, diferenţa constă în grade diferite de structurare a mesajului, de corelare a (sub)secvenţelor textuale, de relevanţă locală, de adaptare la interlocutor. În culturile occidentale tema se organizează liniar, iar în culturile orientale – în spirală.

2.4.1.3. *Gradul de focalizare*

Toate temele şi subtemele discursului se organizează în jurul unui focus, definit drept centru al interesului comunicativ. Strategiile discursive, gramaticale şi lexicale prin care, de-a lungul unei succesiuni de secvenţe discursive, vorbitorul/scriitorul aduce şi menţine în centrul atenţiei o idee centrală, dominantă, reprezentând, din punctul său de vedere, centrul interesului comunicativ, poartă numele de *focalizare*. Centrul interesului comunicativ poate fi definit mai precis sau mai vag, iar relaţia cu acesta a diverselor subsecvenţe textuale poate fi mai strânsă sau mai laxă. Astfel, variaţia culturală se manifestă de-a lungul unui continuum între două extreme: focalizare maximă a informaţiei, în culturile occidentale şi în cultura americană – focalizare minimă a informaţiei, în culturile din sud-estul Europei, din Europa Orientală şi Asia.

Focalizarea maximă presupune un proces de negociere a informaţiei constrâns de reguli clare, precise, ceea ce permite exprimarea fără echivoc a unui punct de vedere, concentrarea ideilor secundare în jurul unei dominante comunicative; se corelează cu preocuparea pentru detaliu, cu informaţia specifică/

particulară pentru o anumită temă, cu profunzimea și rigoarea analizei, coduri elaborate și păstrarea strictă în subiect, cu intervenții scurte și la obiect. *Focalizarea minimă* (sau nonfocalizarea) presupune reguli laxe și implicite de negociere a informației între participanți, astfel încât sensul se construiește contextual, în funcție de relațiile dintre participanți; accentul cade nu asupra informației, ci asupra relației dintre participanții la actul de comunicare; se corelează cu preferința pentru generalități, informație globală prezentată sintetic, superficialitate în dezvoltarea temei, coduri puțin elaborate, devieri de la subiect și digresiuni, intervenții lungi, nu întotdeauna direct relevante pentru tema abordată. Sintetizând, textul focalizat este strict orientat spre temă, în timp ce textul nonfocalizat deviază de la temă, orientându-se spre relația autor-cititor/ascultător.

2.4.1.4. *Narativizarea*

Gestionarea temei privește în egală măsură emițătorul și receptorul. Într-un studiu din 1980, Deborah Tannen prezintă un experiment făcut cu scopul de a pune în evidență corelația dintre cultură și modul de receptare a textului. Două grupuri culturale diferite – greci și americani – au privit un film pentru a povesti ulterior ce au văzut. Subiecții greci și-au centrat narațiunea pe interpretarea celor văzute, judecând evenimentele și personajele. Subiecții americani s-au concentrat asupra conținutului filmului, fiind preocupați să prezinte cât mai obiectiv evenimentele. Autoarea a pus deci în evidență două tipuri culturale de narativizare (de înțelegere și redare a textului perceput). În același timp, experimentul a relevat două moduri culturale de înțelegere de către subiecți a sarcinii de lucru[1]: grecii au formulat un răspuns personal, o interpretare subiectivă, în timp ce americanii au văzut sarcina de lucru mai degrabă ca pe un exercițiu de memorie și prezentare obiectivă a faptelor.

1. Totuși, este foarte posibil ca formularea sarcinii de lucru să fi influențat răspunsul subiecților, date fiind semnificațiile culturale distincte ale termenului *a povesti*: o semnificație contextualizată, în cazul grecilor, în conformitate cu instrucția primită în școală (*a povesti* – a prezenta evenimente în manieră subiectivă), o semnificație literală, în cazul americanilor (*a povesti* – a prezenta evenimente în manieră obiectivă). Probabil că mai multe variabile culturale au interacționat, producând cele două moduri diferite de răspuns.

2.4.1.5. *Structura retorică*

Orice text (ca rezultat al unui proces de comunicare) are două componente: una informativă și una persuasivă.

Componenta informativă a textului se referă la informația pe care emițătorul o transmite receptorului. Studiile arată că în unele culturi preocuparea emițătorilor este de a transmite informație corectă și completă pentru rezolvarea problemelor care au declanșat interacțiunea (în cultura americană, de exemplu), în timp ce în altele interlocutorii filtrează cantitatea și calitatea informației care circulă între ei în funcție de statutul interlocutorului, de sex, de relații interpersonale (în cultura chineză, de pildă).

Componenta persuasivă privește tipul de argumente, ordonarea lor și, mai ales, apelul la logică sau la emoție pentru a atrage adeziunea receptorului (cititor sau ascultător). Astfel, tradiția occidentală carteziană privilegiază apelul la rațiune, în timp ce confucianismul absolutizează rolul emoției. Chinezii spun despre ei înșiși: „noi gândim altfel", „noi nu argumentăm și nu dezbatem", „noi nu punem preț pe logică", „noi nu avem retorică", „limba noastră e scrisă în imagini", „limba noastră e monosilabică" (*apud* Garrett, 1999, p. 59)[1].

1. Într-un articol din 1986, „Reasons for the Lack of Argumentation and Debate in the Far East", Becker scria: „În multe situații, ... limba orientalilor e folosită mai puțin pentru a comunica și mai degrabă pentru a exprima sentimentul apartenenței la comunitate, pentru a felicita, pentru a exprima emoțiile, pentru a începe și sfârși diverse activități". Pentru a-și susține generalizarea, autorul descrie activitățile verbale care au loc în cadrul unei cine tradiționale sau a

2.4.2. Relaţia text-context

Modul în care culturile conceptualizează relaţia dintre text şi context se reflectă în procesul semnificării: semnificaţia se plasează în text şi se decodează pe baza semnificaţiei literale sau se află în context şi se decodează prin coroborarea informaţiei textuale cu informaţia contextuală. Între culturi apar diferenţe privind relaţia dintre semnificaţia exprimată literal în text şi informaţia implicită, existentă în context.

Bernstein (1971) face distincţie între coduri elaborate şi coduri restrânse. Codurile elaborate se bazează pe structuri gramaticale elaborate, complexe, precise, pe un vocabular bogat şi nuanţat, sunt libere de context (în sensul că receptorul nu are nevoie să facă asumpţii contextuale pentru a înţelege semnificaţia codificată prin limbă). Vorbitorul îşi exprimă intenţiile comunicative clar, elaborat, apelând în special la suport verbal şi mai puţin la elemente nonverbale. Codurile restrânse se bazează pe structuri gramaticale simple, economice, pe un vocabular primar, sărac, nenuanţat, sunt dependente de context (receptorul trebuie să facă multe asumpţii contextuale pentru a înţelege semnificaţia). Vorbitorul îşi exprimă ambiguu intenţiile comunicative, apelând frecvent la elemente nonverbale.

Deborah Tannen (1980) vorbeşte despre culturi scrise *vs* culturi orale. Conform autoarei, în culturile scrise semnificaţia se află exprimată literal în text; cunoaşterea se bazează pe fapte, pe documente, pe mărturii atestate în scris; gândirea este analitică, secvenţială, liniară; în formularea concluziilor primează argumentaţia coerentă, bazată pe logică; accentul cade pe strategiile transmiterii eficiente de informaţie către interlocutor, pe reducerea ambiguităţii comunicative. În culturile orale semnificaţia se află

unei petreceri: „Cea mai mare parte a activităţilor lingvistice... constă în repetarea papagalicească a sentimentelor exprimate de ceilalţi; pe măsură ce timpul se scurge, cântecele şi muzica iau locul cuvintelor". Se pare că occidentalii nu-şi irosesc limba în acest fel (*apud* Garrett, 1999, pp. 57-58).

preponderent în context, sensurile sunt, în mare măsură, dependente de context, bazate pe mecanisme ale implicitului; cunoştinţele împărtăşite de membrii comunităţii sunt semnalate prin formule fixe, clişee, proverbe; gândirea este concentrată, sintetică; în formularea concluziilor, vorbitorii caută acordul membrilor grupului; este tolerată ambiguitatea comunicativă. Textele următoarelor glume reflectă diferenţa dintre semnificaţia dependentă contextual şi semnificaţia transmisă literal în cadrul strict al textului:

> De ce şi-a schimbat locotenentul Worf culoarea părului? Pentru că *it was a good day to dye.*

> O discuţie între un reprezentant IBM şi un producător japonez de hardware. Reprezentantul IBM solicită părţii japoneze 10.000 de subansambluri, făcând precizarea: „Vă rugăm, 3 rebuturi la mia de subansambluri!". Partea japoneză a executat comanda şi a trimis-o însoţită de următorul text: „Noi, poporul japonez, am înţeles cu greu practicile voastre de afaceri. Dar ne-am conformat şi am produs cele treizeci de rebuturi corespunzând celor 10.000 de produse livrate. Subansamblurile defecte au fost împachetate separat. Sperăm să fiţi mulţumiţi".

Prima glumă ilustrează mecanismul constituirii sensului în strânsă dependenţă cu contextul. Gluma evocă un context împărtăşit cultural de telespectatorii serialului *Star Trek* şi poate fi înţeleasă doar de cei care cunosc acest context: Lt. Worf este un personaj din *Star Trek*. El face parte din societatea extraterestră klingoniană. El repetă adeseori un proverb klingonian: *It's a good day to die* (*to die* = „a muri" omofon cu *to dye* = „a vopsi").

A doua glumă se bazează exclusiv pe sensul transmis în text literal; semnificaţia glumei poate fi înţeleasă de oricine citeşte textul, fără a se face în vreun fel apel la informaţii suplimentare, exterioare textului[1].

1. În estenţă, gluma reflectă o comunicare interculturală eşuată, din cauza înţelegerii greşite de către partenerul japonez a semnificaţiei intenţionate de partenerul american.

Distincţiile propuse de Bernstein (cod elaborat/restrâns) şi Tannen (culturi scrise/orale) sunt pandantul distincţiei de natură sociologică teoretizate de E. Hall (culturi cu grad scăzut/ridicat de dependenţă contexuală).

2.4.3. Performarea actelor de vorbire

Interacţiunea verbală apare ca o succesiune ordonată de acte de vorbire – universalii pragmatice, prezente în toate culturile. Ceea ce diferă este sistemul actelor de vorbire (modul specific de performare şi funcţionare a acestora, precum şi relaţiile reciproce dintre ele).

Conţinutul literal şi implicaturile conversaţionale ale actelor de vorbire ritualice prezintă variaţie culturală. În Europa, de pildă, când se aşază la masă, oamenii folosesc formule echivalente cu *Poftă bună! / Bon apetit! / Bon apetito!*; în China, echivalente cu *Mănânc*, în timp ce în Indonezia sau Statele Unite nu există o formulă echivalentă (chiar dacă uneori în restaurante se foloseşte expresia *Enjoy it!*). În unele limbi africane, formulele de mulţumire conţin promisiuni irealizabile având un conţinut echivalent cu „Am să vin mâine dimineaţă să-ţi mulţumesc pentru ce ai făcut azi pentru mine", iar a doua zi după primirea unui cadou vorbitorul îl salută pe cel care i-a făcut cadoul folosind o formulă echivalentă cu „Mulţumesc pentru cadoul de ieri". Diferite de la o cultură la alta, formulele de salut reflectă uneori perspective temporale diferite: în spaniolă, expresiile *buenos días, buenas tardes* şi *buenas noches* reflectă orientarea temporală spre viitor (în sensul că formula captează acea perioadă a zilei pe care vorbitorii o au înaintea lor), în timp ce expresiile echivalente româneşti *bună dimineaţa, bună ziua, bună seara, noapte bună* reflectă orientarea temporală spre momentul prezent (în sensul că formula de salut reflectă timpul vorbirii). Formulele complementare de salut sunt verbalizate în moduri diferite: *Ce faci? / How do you do? / How are you? / Comment ça va? / Comme stai?* (în culturile europene şi în cultura americană) şi au echivalente literale de tipul *Ai mâncat deja?* în China sau *Unde te duci?* în Singapore. O comparaţie a formulei în diverse limbi, dincolo de diferenţele literale, pune în evidenţă diferenţe conversaţionale (Mihăilescu, 2007):

> În comparaţie cu întrebarea *¿qué tal?* (sp.) sau cu *ça va?* (fr.), care au o structură lingvistică impersonală, *ce (mai) faci?* pare mult mai directă, mai personală şi implică structural capacitatea de a pune în relaţie diverse fapte conversaţionale prin intermediul lui *mai* (adverbul comunică informaţii şi despre timpul scurs, o perioadă mai mare, între două întâlniri ale interlocutorilor). Paradoxal, expresia *ce mai faci?* se apropie structural de expresia din engleză, însă funcţional este foarte diferită. Analizând valorile celor două formule de salut de mai sus, Marica Pietreanu subliniază faptul că expresia *how do you do* îndeplineşte funcţia unei formule de salut, fiind spusă uneori simultan de ambii vorbitori, chiar de persoane care abia fac cunoştinţă. În schimb, *ce mai faci?* „nu este o autentică formulă de salut, cum o consideră G. Caragaţă [...]. În română, întrebarea *ce mai faci?* nu se adresează direct decât cunoscuţilor [...]. Ea se foloseşte de obicei numai după ce a fost spusă o formulă de salut" (1984, p. 131).

Performarea unui act de vorbire are semnificaţii diferite pentru membrii diverselor culturi. De pildă, în culturile occidentale, promisiunea presupune că vorbitorul se angajează să facă ceea ce se prezintă în conţinutul propoziţional al actului de vorbire (*Voi veni mâine* înseamnă că vorbitorul se angajează „să vină mâine"); nerespectarea promisiunii aduce prejudicii imaginii sale publice. În culturile africane însă, simpla asertare a intenţiei de a face o acţiune viitoare nu echivalează automat cu o promisiune sinceră, ci este doar o promisiune „de politeţe", făcută pentru a păstra relaţiile sociale armonioase între membrii comunităţii; nerespectarea promisiunii este aşteptată de către membrii grupului, în schimb un refuz spus direct interlocutorului, în locul unei promisiuni „de politeţe", poate prejudicia imaginea vorbitorului

şi poate deteriora relaţiile sociale. Deci în culturile africane promisiunile funcţionează ca acte de vorbire indirecte în performarea unui refuz politicos. Faţă de promisiunile „de politeţe", promisiunile sincere se fac în această cultură prin negocierea de către interlocutori a condiţiilor de succes implicate în actul de „a promite". Astfel, negocierea se realizează printr-o pereche de adiacenţă (interlocutorul întreabă *Vorbeşti serios?/Promiţi?*, iar interlocutorul confirmă *Da, serios/Promit/Pe cuvântul meu*), prin repetarea enunţului de către interlocutor (*Crede-mă că voi veni*), prin marcarea explicită a aserţiunii ca promisiune sinceră (însoţind-o de o expresie echivalentă cu „Această promisiune o pun în gura ta"), respectiv ca promisiune „de politeţe" (însoţind-o de o expresie echivalentă cu „Am să încerc, să văd dacă pot veni", „Am să fac tot posibilul să vin"). În mod similar, sugestia unei invitaţii la masă (*Let's do lunch!*) sau a unei întâlniri ulterioare (*Let's get together some time*) nu impune nicio obligaţie vorbitorului (de a se ţine de cuvânt, de a-şi cere scuze dacă nu s-a ţinut de cuvânt etc.).

Acelaşi conţinut propoziţional poate semnala acte de vorbire diferite, chiar opuse. Astfel, *Mulţumesc* indică acceptarea în culturile europene continentale, dar refuzul în cultura britanică.

Pentru performarea aceluiaşi act de vorbire, oamenii din diverse culturi apelează la conţinuturi propoziţionale diferite. De pildă, în cultura spaniolă, refuzarea unei invitaţii se argumentează cu elemente din sfera sănătăţii şi a vieţii personale, niciodată din sfera serviciului; în cultura română însă, „a fi ocupat", „a avea mult de lucru la serviciu", „a fi reţinut la serviciu" sunt argumente valide pentru un refuz; dacă în cultura română sunt acceptate scuze doar parţial argumentate (*Am avut o problemă*), în cultura spaniolă este necesară particularizarea, concretizarea, explicitarea problemei respective (Mihăilescu, 2006, ms.).

Performarea unui act de vorbire cu acelaşi conţinut propoziţional poate genera implicaturi contextuale diferite de la o cultură la alta. De exemplu, în culturile africane, a te întâlni pe stradă cu o femeie şi a-i spune că s-a îngrăşat este un compliment („arată bine şi este sănătoasă"), în timp ce în culturile din Europa, America de Nord şi Australia aceeaşi remarcă este considerată nepoliticoasă.

Există constrângeri pe care culturile le exercită asupra performării actelor de vorbire: astfel, în Thailanda, vorbitorii nu-şi exprimă niciodată îndoiala, japonezii pot vorbi ore întregi fără a-şi exprima clar o opinie, performează acte de vorbire expresive atenuate (spun *Bine!* în loc de *Fantastic!*, *Nu foarte bine...* în loc de *Groaznic!*), pe când arabii folosesc un număr mare de procedee gramaticale pentru emfatizarea aserţiunilor (cum ar fi sufixe, repetiţii, repetarea consoanelor sau a vocalelor etc.).

În situaţii de comunicare date, unele culturi preferă actele de vorbire directe (de pildă, *Închide geamul, te rog!* – în cultura poloneză), altele aleg mai degrabă actele de vorbire indirecte literale (*Poţi să închizi geamul, te rog?* – în cultura americană), iar altele, actele de vorbire indirecte nonliterale (aluzia: *Nu crezi că e cam frig aici?* – în culturile din Orientul Mijlociu).

Unele culturi pun accentul pe ilocuţie, plasând verbul la începutul enunţului (verb-subiect-obiect, subiect-verb-obiect), altele pun accentul pe locuţie, plasând verbul spre sfârşitul enunţului a cărui forţă ilocuţionară poate fi aflată doar după ce toate celelalte elemente au fost rostite (subiect-obiect-verb).

Cuplarea actelor de vorbire în perechi de adiacenţă pune în evidenţă mai multe diferenţe: în unele culturi complimentele vorbitorului sunt acceptate de interlocutor (*Ai o bluză foarte frumoasă! / Mulţumesc.*), în altele, sunt refuzate, ca expresie indirectă a modestiei (*Ai o bluză foarte frumoasă! / Îmm, nu e cine ştie ce... e ieftină.*); în unele culturi interlocutorii acceptă sau refuză ofertele de mâncare sau băutură ale vorbitorului, în funcţie de ceea ce vor cu adevărat la momentul respectiv (de exemplu, în cultura americană), în timp ce în alte culturi refuzul este nesincer şi ritualic, interlocutorii aşteptând ca vorbitorul să repete oferta de mai multe ori (de pildă, în cultura română).

Diferite de la o cultură la alta sunt şi „regulile de creativitate" verbală: în Ungaria, Turcia, Rusia sunt frecvente insultele verbale, în Europa Centrală – ironia, în Marea Britanie – *puns and limericks*, în Mexic – calamburul.

2.4.4. Cooperarea interlocutorilor

Modalităţile de cooperare conversaţională sunt supuse variaţiei culturale: maximele cooperării sunt fixate diferit în conştiinţa comunicaţională a vorbitorilor aparţinând diverselor culturi şi, în consecinţă, mecanismele generării implicaturilor conversaţionale diferă.

În formularea lui Grice (1975), *principiul cooperării* subordonează patru maxime ale comunicării (maxima cantităţii, maxima calităţii, maxima relevanţei şi maxima manierei)[1] ca universalii comunicative, nediferenţiate cultural. Studii ulterioare de etnopragmatică au pus în evidenţă constrângerile culturale care acţionează asupra celor patru maxime: există culturi în care cantitatea de informaţie transmisă literal este mai mică decât cea

1. Grice (1975) a formulat principiul cooperării în felul următor: Fă astfel încât contribuţia ta conversaţională să fie cea solicitată în momentul la care survine, în conformitate cu scopul acceptat sau cu direcţia schimbului verbal în care eşti angajat. Acestui principiu autorul îi subordonează cele patru maxime. *Maxima calităţii*: Încearcă să faci astfel încât contribuţia ta să fie adevărată – (i) nu spune lucruri pe care le crezi false; (ii) nu spune lucruri pentru care îţi lipsesc probele adecvate. *Maxima cantităţii*: Fă astfel încât contribuţia ta să fie informativă după cum cer scopurile curente ale schimbului verbal – (i) să nu ai o contribuţie mai informativă decât e necesar; (ii) să nu ai o contribuţie mai puţin informativă decât este necesar. *Maxima relevanţei*: Fii relevant, vorbeşte la subiect. *Maxima manierei*: Fii clar – (i) evită obscuritatea; (ii) evită ambiguitatea; (iii) fii scurt; (iv) fii ordonat.

implicată contextual sau în care scurtimea enunţului nu este o calitate, ci o dovadă a închiderii comunicative faţă de interlocutor, deci sursă de potenţial conflict; există culturi care se abat de la maxima cantităţii printr-un discurs repetitiv-redundant sau o subordonează preocupării pentru conservarea armoniei sociale, iar vorbitorii spun altceva decât gândesc sau ar dori să spună şi să facă în mod sincer; există culturi în care gradul de focalizare discursivă este foarte scăzut, în care gradul de ambiguitate este ridicat din cauza numărului mare de acte de vorbire indirecte, a atenuatorilor de expresie şi a modalizatorilor, a elipselor numeroase etc., în care se acordă atenţie conţinutului, nu organizării formale a mesajului, ceea ce apare ca încălcare a maximelor griceene ale relevanţei şi manierei.

În aceste condiţii, Clyne (1994, p. 195) completează maxima manierei astfel:

> Fă clare intenţiile tale comunicative numai dacă acest lucru nu contravine regulilor politeţii, valorilor culturale fundamentale legate de demnitate, armonie, milă, respect.

În plus, adaugă a cincea maximă, care satisface nevoile comunicării interculturale:

> În contribuţia ta comunicativă ia în seamă tot ce ştii sau poţi anticipa în legătură cu aşteptările de comunicare ale interlocutorului (*apud* FitzGerald, 2003, p. 171).

Felul în care generează asiaticii implicaturile conversaţionale nu se explică întotdeauna prin maximele griceene. Astfel, pentru a înţelege adevărata intenţie a vorbitorului, nu e de ajuns ca ascultătorul să se bazeze pe conţinutul literal şi contextul producerii enunţului, ci pe întreaga istorie conversaţională a interlocutorilor (jap. *kan*). Intuiţia (coreeană *noon-chi*, „a măsura din ochi") este deseori decisivă în deducerea semnificaţiei intenţionate de vorbitor în baza corelării arbitrare a unor variabile precum istoria

conversaţională a interlocutorilor, contextul, personalitatea vorbitorului, relaţiile dintre interlocutori, scopul interacţiunii etc.

2.4.5. Negocierea

Definită ca tranzacţie între un emiţător (vorbitor/scriitor) şi un receptor (ascultător/cititor), comunicarea presupune negociere: a informaţiei vehiculate pe parcursul interacţiunii, a accesului la cuvânt, a relaţiei dintre interlocutori. Textul este deci produsul negociat al unei tranzacţii comunicative.

În ceea ce priveşte negocierea informaţiei, s-au constatat diferenţe culturale privind strategiile adoptate. De pildă, negociatorii americani introduc problema încă de la începutul negocierii, îşi exprimă clar un punct de vedere, pe care îl argumentează ulterior; negociatorii japonezi preferă o prezentare generală a contextului în care a survenit problema, urmând să o expună ulterior sau chiar să o lase implicită pe parcursul negocierii; când sunt negociate mai multe probleme, negociatorii americani prezintă pe rând fiecare problemă cu argumentaţia ei, în timp ce negociatorii japonezi trec în revistă toate problemele la începutul negocierii, argumentându-le global; negociatorii americani promovează un stil activ de negociere (aduc noi argumente, contraargumentează, îşi adaptează argumentaţia la interlocutor), în timp ce negociatorii japonezi promovează un stil pasiv de negociere (repetă aceleaşi argumente, sunt mai puţin tentaţi să argumenteze şi să contraargumenteze, sunt mai puţin flexibili); scopul negociatorilor americani este de a discuta deschis problemele pentru a găsi soluţii, în timp ce ţelul negociatorilor japonezi este de a ajunge la o înţelegere fără a deteriora relaţiile cu interlocutorul. Se poate deci conchide că forţa argumentelor raţionale este mai mare în unele culturi (ca, de pildă, în cultura americană) şi mai mică în altele (de exemplu, în cultura japoneză) (Kotani, 1994). Matsumoto (1988, p. 27, *apud* Kotani, 1994, p. 74) este de părere că în culturi de tipul celei japoneze, rolul hotărâtor în persuadare nu îl joacă argumentul logic, ci forţa propriei personalităţi, performarea unor acte de vorbire prin intermediul cărora vorbitorul se poate impune în faţa interlocutorului.

De asemenea, s-au observat diferenţe culturale în felul în care negociatorii abordează subiectul: în cultura arabă, negocierea este precedată de o lungă conversaţie fatică, în care sunt discutate elemente de viaţă personală, planuri de viitor; în cultura engleză, conversaţia fatică iniţială se reduce la câteva formule ritualice şi amabilităţi; în cultura maghiară, germană, americană, negociatorii intră direct în subiect.

Un loc important în negocierea informaţiei îl joacă verificarea gradului în care informaţia este înţeleasă de către interlocutor. Care este atitudinea membrilor unei culturi faţă de neînţelegerile apărute în comunicare? Vorbitorul îi semnalează aceste neînţelegeri interlocutorului (ca în culturile occidentale) sau trece cu vederea neînţelegerile apărute (ca în culturile orientale)? În ce mod sunt semnalate neînţelegerile? Prin solicitarea unor argumente suplimentare? Solicitând repetarea informaţiei sau reformularea ei de către vorbitor? Ironizând vorbitorul? Reproşându-i că nu a transmis informaţia suficient de clar? Care este atitudinea vorbitorilor în situaţiile în care percep o incompatibilitate de scopuri în raport cu interlocutorii?

2.5. *Structura interacţiunii*

Interacţiunea orală este guvernată de diverse tipuri de reguli: reguli ale iniţiativei verbale, reguli ale accesului la cuvânt (lungimea intervenţiei, întreruperea interlocutorilor, suprapunerile dintre interlocutori, modalităţi de menţinere a cuvântului), reguli privind semnalele de recepţie (*back-channel*).

2.5.1. Iniţiativa verbală

Iniţiativa verbală a interlocutorilor este reglementată nu numai la nivel interpersonal, ci şi la nivel cultural. Ea se reflectă în uzanţele privind persoana care deschide şi închide o interacţiune (cine salută primul – cine încheie interacţiunea), persoana care, în interiorul unei conversaţii/discuţii, introduce o temă nouă, schimbă tema, impune obligaţii comunicative interlocutorilor (adresând întrebări, selectând vorbitorul următor). În culturile occidentale, orice vorbitor se consideră liber să aibă iniţiativa verbală, în timp ce în culturile asiatice acest privilegiu îl are cel mai în vârstă sau cel cu statut sau poziţie ierarhică superioară.

2.5.2. Accesul la cuvânt

Accesul la cuvânt al interlocutorilor este controlat de norme culturale implicite, pe care vorbitorii le învaţă prin interacţiune socială sau prin reguli cu caracter explicit, pe care indivizii le deprind prin educaţie.

Bernstein (1971) făcea distincţie între orientarea poziţională şi orientarea personală în cadrul familiei, prin extensie în cadrul grupului imediat relevant. Astfel, orientarea poziţională presupune că membrii grupului vorbesc în concordanţă cu poziţia deţinută în cadrul grupului. Orientarea personală presupune accesul egal la cuvânt al tuturor membrilor grupului. Extrapolând, Estul are o orientare poziţională în privinţa accesului la cuvânt, iar Vestul are o orientare personală în acest sens.

Trompenaars (1993, pp. 68-69) distinge trei tipare de acces la cuvânt: tiparul „anglo" – interlocutorii îşi respectă reciproc cuvântul, nu întrerup, dar nici nu fac pauze mari între luările de cuvânt ale vorbitorilor succesivi; tiparul „oriental", în care luările de cuvânt sunt respectate de interlocutori şi urmate de pauze relativ lungi, semn al faptului că ascultătorul a reflectat cu atenţie la spusele vorbitorului curent; tiparul „latino", în care luările de cuvânt tind să fie scurte, cu multe întreruperi şi suprapuneri. Autorul pune cele trei tipare în legătură cu modul în care populaţiile respective percep distanţa faţă de putere.

Tannen (1980) distinge între două stiluri comunicative: „stilul înaltei consideraţii" şi „stilul profundei implicări"; în primul caz, vorbitorii (din America de Nord şi Asia) au tendinţa de a vorbi moderat, poate chiar mai rar, evitând să-i întrerupă pe interlocutori, atenuând actele de vorbire care ar putea fi înţelese de interlocutor ca o intruziune în spaţiul personal; în al doilea caz, vorbitorii (din Europa de Est, America Latină, Orientul Mijlociu) au tendinţa de a vorbi relativ repede şi de a-şi întrerupe interlocutorii, semn al coparticipării şi al interesului discursiv.

În cultura palestiniană, interacţiunile verbale urmează principiul *musayra*, reflectat într-un stil indirect de comunicare, bazat pe repetiţie şi „înfrumuseţarea expresiei" prin figuri de stil, elaborat din punct de vedere retoric, reflectând preocuparea vorbitorului de a proteja imaginea publică a interlocutorului. În cultura israeliană, stilul comunicativ are o orientare pragmatică, se subordonează principiului *dugri*, adică este direct, simplu, agresiv, orientat spre imaginea publică a vorbitorului, alert, cu multe întreruperi şi suprapuneri.

Scollon şi Scollon (1995) pun volubilitatea comunicativă *vs* atitudinea comunicativă taciturnă în legătură cu strategiile solidarităţii, ale politeţii pozitive, respectiv cu strategiile deferenţei, ale politeţii negative din diverse culturi (vezi şi *infra*, 2.6.4).

Există mai multe maniere culturale de semnalizare a intenţiilor interacţionale: de pildă, intenţia de a păstra cuvântul este semnalizată de vorbitorii din Europa Centrală şi de Sud printr-un debit verbal mai mare şi prin ridicarea tonului, iar de cei din Asia de Sud-Est printr-un contur intonaţional ascendent, încetinirea ritmului vorbirii sau prin repetiţie.

În concluzie, de la o cultură la alta apar diferenţe privind competiţia pentru cuvânt: prezenţa sau absenţa ei şi formele particulare de manifestare.

2.5.3. Semnalele de recepţie (*back-channels*)

Semnalele de recepţie sunt intervenţii verbale/paraverbale/nonverbale minimale cu funcţie fatică, prin intermediul cărora interlocutorul îi semnalează vorbitorului că îl urmăreşte, îl înţelege, este interesat de ceea ce spune, lăsându-l în acelaşi timp să-şi continue intervenţia. Sunt semnale ale menţinerii relaţiei dialogale dintre interlocutori, încuviinţând, în acelaşi timp, monologul vorbitorului curent. Diferenţele culturale constau în: frecvenţa cu care interlocutorul oferă *back-channel* vorbitorului; structura acestor semnale (interjecţii, lexeme, propoziţii); locul în care sunt plasate în raport cu discursul vorbitorului. În cultura japoneză, de pildă, semnalele de recepţie (*aizuchi*) sunt extrem de frecvente, însoţesc ritmic vorbirea interlocutorului pe tot parcursul derulării ei şi sunt, în mare măsură, desemantizate. În cultura americană, semnalele de recepţie sunt mai puţin frecvente, intervin în punctele de maxim interes comunicativ şi sunt variate ca semnificaţie (mergând de la simple interjecţii la evaluări afective şi cognitive ale mesajului transmis de vorbitorul curent).

2.6. *Relaţiile interpersonale*

Interacţiunea dintre participanţii la evenimentul comunicativ are loc în baza relaţiilor interpersonale existente între aceştia la momentul interacţiunii (grad de cunoaştere, simpatie reciprocă, interese reciproce, atitudini reciproce), ca rezultat al istoriei comunicative comune. Textul, produs al interacţiunii dintre interlocutori, încorporează aspecte ale relaţiei dintre aceştia. Diferenţele interculturale constau în expresia textuală a acestor relaţii.

2.6.1. Importanţa acordată relaţiei

Culturile diferă prin importanţa acordată construirii, prin discurs, a relaţiilor interpersonale. Există culturi orientate spre rezolvarea problemelor şi culturi orientate spre menţinerea relaţiilor dintre interlocutori.

Orientarea spre „probleme" se reflectă în gradul ridicat de focalizare a informaţiei (vezi *supra*), predilecţia pentru acte de vorbire directe, asertivitate, argumentativitate; orientarea spre „relaţii" se reflectă în gradul scăzut de focalizare a informaţiei, preferinţa pentru acte de vorbire indirecte, lipsă de asertivitate şi de argumentativitate.

Modul în care interactanţii construiesc relaţiile interpersonale este, de asemenea, constrâns cultural. Astfel, membrii culturilor individualiste îşi bazează relaţiile interpersonale pe asemănarea cu interlocutorul şi pe atracţia interpersonală; membrii culturilor colectiviste îşi bazează relaţiile interpersonale pe similarităţile de grup şi pe relaţiile de rol.

2.6.2. Construirea relaţiei prin intermediul conversaţiei fatice

Conversaţia fatică (*small talk*) are rol de socializare, esenţial în construirea relaţiilor interpersonale. Funcţia sa este de a menţine deschis canalul de comunicare dintre membrii societăţii. Temele conversaţiei fatice sunt de obicei extrase din realitatea imediată şi direct accesibilă interlocutorilor (vreme, sport, politică, evenimente sociale în actualitate, familie, situaţia comună în care se află interlocutorii – în tren, în staţie, la meci etc.). Diferă de la o cultură la alta amploarea conversaţiei fatice (conversaţii fatice extinse, în culturile africane *vs* conversaţii fatice scurte, în cultura germană sau maghiară), subiectele preferate (vremea şi politica în Marea Britanie, familia în culturile orientale), gradul de intimitate presupus în conversaţiile fatice (redus în cultura suedeză, mare în cultura italiană).

2.6.3. Gradul de deschidere comunicativă şi intimitate

Implicarea comunicativă – gradul de deschidere comunicativă şi intimitate – se măsoară prin disponibilitatea indivizilor de a interacţiona cu ceilalţi, prin uşurinţa cu care împărtăşesc detalii din viaţa personală, prin tipul şi numărul de subiecte abordate cu interlocutorii şi gradul de profunzime cu care le abordează. Mărci ale implicării comunicative sunt: coparticiparea la gestionarea subiectului de discuţie, introducerea de teme şi subteme în comunicare, împărtăşirea aceluiaşi grad de intimitate cu interlocutorul (formule de adresare, empatizare). Membrii culturilor individualiste au tendinţă spre confesiune (engl. *self-disclosure*), în timp ce membrii culturilor colectiviste împărtăşesc mai greu detalii din viaţa personală; americanii percep o intimitate ridicată în relaţiile romantice, în vreme ce japonezii optează pentru un grad scăzut de intimitate.

În privinţa abordării subiectelor de discuţie, americanii manifestă, de exemplu, tendinţă spre superficialitate, în timp ce germanii petrec mult timp discutând, analizând, încercând să înţeleagă cauzele şi consecinţele fenomenelor. De aceea, americanii tind să-i perceapă pe nemţi ca „exagerat de serioşi", în timp ce nemţii îi percep pe americani ca fiind „politicoşi, politicoşi, politicoşi... şi atât".

Gradul de deschidere comunicativă şi intimitate se corelează cu gradul de încredere între indivizi: în societăţile individualiste încrederea se construieşte pe baze interpersonale, în timp ce în societăţile colectiviste indivizii manifestă mai degrabă încredere în membrii grupului (*in-grup*) decât în cei din afara lui (*out-grup*). În consecinţă, membrii societăţilor individualiste împărtăşesc mai uşor detalii de viaţă personală atunci când au încredere în interlocutor, în timp ce membrii societăţilor colectiviste se destăinuie mai degrabă indivizilor din cercul lor; în întâlnirile de început, membrii societăţilor individualiste îşi abordează interlocutorii împărtăşindu-le informaţii personale, în timp ce membrii societăţilor colectiviste preferă să ofere interlocutorilor informaţii

privind grupul. Următorul dialog imaginat între un american şi un japonez în timpul unei călătorii cu avionul pe ruta Tokyo – New York reflectă deschiderea comunicativă a americanului *vs* reticenţa comunicativă a japonezului:

> *A*: – Sunt Andrew Stewart. Andy. Poftim cartea mea de vizită.
> *B*: – Mă numesc David Chu. Încântat de cunoştinţă, domnule Stewart. Vă ofer cartea mea de vizită.
> *A*: – Spune-mi Andy. Cred că am putea face afaceri împreună.
> *B*: – Da.
> *A* (*citind cartea de vizită*): – Chu... Hon-fai. Hon-fai! Te sun mâine să ne întâlnim să discutăm.
> *B* (*zâmbind*): – Aştept să mă sunaţi. (adaptare după Scollon, Scollon, 1995)

Mărcile textuale ale gradului diferit de deschidere comunicativă a celor doi interlocutori sunt: formulele de adresare (numele mic) şi abordarea directă *vs* exprimarea protocolară, formală; iniţiativa verbală *vs* conformismul verbal şi tendinţa spre închidere a conversaţiei.

În funcţie de conceptualizarea culturală a relaţiilor cu interlocutorii, indivizii se angajează în mod diferit în gestionarea temei. S-a observat, de pildă, că în cadrul procesului educaţional, studenţii americani îşi asumă un rol activ şi interacţionează frecvent cu profesorii, în timp ce studenţii australieni sau japonezi îşi asumă un rol de receptor pasiv, obedient, respectuos în asimilarea cunoştinţelor transmise de profesor, deoarece îl percep pe acesta într-o poziţie de putere instituţională şi informaţională. Inhibiţia de „a vorbi în clasă" orientează evaluarea spre forme de comunicare scrise, în defavoarea celor orale.

2.6.4. Politeţe şi impoliteţe comunicativă

Cultura favorizează anumite strategii ale politeţii, care configurează în mod particular interacţiunea verbală. În accepţie pragmatică, politeţea desemnează ansamblul strategiilor comunicative care

guvernează comportamentul interacţional al indivizilor, ansamblul opţiunilor comunicative de care dispun vorbitorii pentru a menţine relaţii armonioase în societate. În comunicare, indivizii îşi negociază imaginea publică – pozitivă sau negativă – prin activităţi discursive care exprimă dorinţa de independenţă (imaginea negativă a individului), respectiv dorinţa de afiliere (imaginea pozitivă a individului); activităţile de imagine (engl. *face-work*) sunt menite să evite ameninţarea imaginii interlocutorilor (Brown, Levinson, 1979). Impoliteţea comunicativă apare atunci când interlocutorul neglijează (conştient sau inconştient) regulile politeţii pozitive (impoliteţe pozitivă), respectiv regulile politeţii negative (impoliteţe negativă) (Kienpointner, 1997).

Diferă de la o cultură la alta preferinţa pentru strategii ale politeţii pozitive, respectiv, strategii ale politeţii negative, situaţiile în care vorbitorii apelează la una sau alta dintre cele două strategii, precum şi mărcile lingvistice ale strategiilor folosite. De exemplu, în Rusia, Polonia, ţările latino-americane vorbitorii apelează mai frecvent la strategii ale politeţii negative, în timp ce în Europa de Vest şi în culturile anglo-saxone vorbitorii recurg cel mai adesea la strategii ale politeţii pozitive; în cultura americană se folosesc strategiile politeţii pozitive ori de câte ori vorbitorul poate să-şi exprime interesul, aprecierea faţă de interlocutor, încrederea în el, disponibilitatea de a se angaja în acţiuni comune; în cultura japoneză, strategiile politeţii negative sunt mult mai frecvente, folosite pentru a marca diferenţa de statut dintre interlocutori, grija de a nu intra în teritoriul personal al interlocutorului; în cultura română, ospitalitatea se manifestă, de pildă, prin strategii ale politeţii pozitive (insistenţe verbale, dorinţa de a veni în ajutorul celuilalt), în timp ce în cazul relaţiilor ierarhice inferiorul recurge la un comportament deferent faţă de superior (strategii ale politeţii negative). Membrii culturilor individualiste tind să recurgă mai degrabă la strategii de promovare a imaginii personale, în timp ce membrii culturilor colectiviste aleg în special strategii de conservare a imaginii celuilalt, pentru menţinerea armoniei sociale; membrii culturilor colectiviste preferă

strategii directe şi slab dependente de context, pentru conservarea imaginii personale, în timp ce membrii culturilor individualiste recurg la strategii directe şi puternic dependente contextual, pentru conservarea armoniei sociale; membrii societăţilor în care distanţa de putere este mare tind să adopte comportamente diferenţiate în funcţie de poziţia ierarhică ocupată de interlocutor, în timp ce membrii culturilor în care distanţa faţă de putere este mică nu par să facă diferenţe importante legate de putere în adoptarea strategiilor comunicative.

Scopul cu care vorbitorii recurg la strategii ale politeţii pozitive/negative este diferit: în societăţile individualiste vorbitorii doresc să-şi poată exprima liber opiniile, într-o formă acceptabilă de către interlocutor şi suficient de persuasivă, în timp ce în societăţile colectiviste interlocutorii sunt preocupaţi de conservarea unor relaţii armonioase de grup.

Modul în care sunt performate actele de vorbire este în legătură directă cu strategiile politeţii preferate de o cultură dată. De exemplu, exprimarea dezacordului cu interlocutorul este un act de vorbire care ameninţă imaginea publică a acestuia. Un studiu efectuat cu subiecţi din cultura americană şi din cultura chineză (Liang, Han, 2005) indică faptul că, atunci când îşi exprimă dezacordul faţă de un superior, comparativ cu studenţii americani, studenţii chinezi folosesc mai multe strategii ale politeţii negative şi mai multe formule de adresare, în timp ce exprimarea dezacordului faţă de persoane egale ca statut se face în mod similar în ambele grupuri etnice, prin reducerea strategiilor politeţii negative pe măsură ce distanţa socială dintre interlocutori creşte. Acest comportament comunicativ reflectă diferenţa constatată între cultura chineză – caracterizată prin distanţă mare faţă de putere – şi cultura americană – caracterizată prin distanţă mică faţă de putere (Hofstede, 1984, 1997a). Acelaşi studiu a evidenţiat şi o diferenţă între strategiile politeţii preferate de bărbaţi, respectiv de femei în cultura chineză, faţă de folosirea aceloraşi strategii, atât de către bărbaţi, cât şi de către femei, în cultura americană. Din nou, concluzia confirmă gradul ridicat de

masculinitate al culturii chineze, respectiv caracterul preponderent feminin al culturii americane (Hofstede, 1984, 1997a).

Pentru a marca distanțarea de interlocutor, nonintruziunea în spațiul său personal, vorbitorii recurg la atenuatori de expresie; pentru a marca solidaritatea de grup și pentru a accentua interesul față de interlocutor, vorbitorii recurg la intensificatori de expresie. Raportul dintre atenuatori și intensificatori diferă de la o cultură la alta: de exemplu, în culturile Europei Occidentale predomină atenuatorii de expresie, în timp ce în culturile arabe sunt frecvenți intensificatorii de expresie. La rândul ei, modalitatea de atenuare a expresiei diferă. De pildă, în culturile anglo-saxone enunțurile se atenuează preponderent prin procedee gramaticale (moduri și timpuri verbale, structuri interogative), în timp ce în limba română sunt preferați atenuatori lexicali (ezitări – *ăăă, păăi* –, adverbe-modalizatori de incertitudine, expresii ale vagului – *cam, oarecum, prea, pe undeva* etc.) sau intonații de atenuare. Intensificatorii de expresie pot lua forma unor enunțuri declarative sau exclamative (de tipul *Vai, ce interesant!*; *E minunat ce ai făcut*; *Ești o fată extrem de inteligentă!*; *Ai fost cel mai bun*; *Apreciez gestul tău*), preferate, de pildă, în cultura americană sau în Israel, a unor lexeme de intensificare din categoria gradelor de comparație, a cuantificatorilor universali, a expresiilor „persoanei" (ca în română – *Vă mulțumesc din tot sufletul*; *Mulțumesc frumos*; *Mii de scuze*; *Toate gândurile mele bune*) sau, în culturile arabe, prin tautologii, determinări ori structuri (cvasi)repetitive (de tipul structurilor românești *5 ani de zile*; *2 zile pline*; *de dimineața până seara*; *E foarte frumos, îmi place foarte mult, e foarte frumos!*).

O abordare a sistemului politeții în termenii principiilor comunicative a relevat existența unor maxime ale politeții precum *Nu impune!, Lasă opțiuni interlocutorului!, Exprimă sentimente de camaraderie!* (Lakoff, 1973) sau maxima tactului, maxima generozității, maxima aprobării, maxima modestiei, maxima acordului, maxima simpatiei (Leech, 1983). În această abordare,

culturile diferă în funcție de felul în care ierarhizează maximele, de prioritățile acordate unora dintre ele. Pentru cultura chineză, de exemplu, Gu (1990) identifică patru maxime ale politeții în acțiune: maxima autodenigrării[1] (autodenigrarea pentru a oferi poziție de superioritate interlocutorului), maxima adresării (folosirea unor modalități de adresare către interlocutor în funcție de rolul acestuia în cadrul structurilor ierarhice), maxima generozității și maxima tactului.

2.6.5. Empatizarea cu interlocutorul

Gradul de empatizare cu interlocutorul marchează capacitatea/disponibilitatea interlocutorului de a privi o problemă din perspectiva vorbitorului, de „a se pune în locul lui".

În culturile în care vorbitorii au tendința de a empatiza cu interlocutorii predomină strategiile politeții pozitive, în timp ce în culturile în care empatizarea cu interlocutorul nu joacă un rol important mai frecvente sunt strategiile politeții negative. În interacțiunile instituționale apar diferențe de empatizare între funcționarul public și solicitant: în cultura britanică, de pildă, funcționarul public tinde să empatizeze cu interlocutorul, în timp ce în culturile orientale comunicarea se desfășoară strict de pe poziții instituționale, cu reducerea la minimum a conversației fatice prin care funcționarul ar putea empatiza cu solicitantul. Mărcile textuale ale empatizării cu interlocutorul sunt încurajările verbale, semnalele fatice, împărtășirea sentimentelor interlocutorului, sprijinul comunicativ acordat acestuia.

1. Întâlnită doar în cultura chineză, maxima autodenigrării are cea mai mare forță de acțiune.

2.6.6. Emoţia

Codarea şi decodarea unui mesaj presupune interacţiunea complexă a două procese: cognitiv şi emoţional.

Emoţia este subiacentă oricărei interacţiuni verbale şi joacă un rol decisiv în reglarea relaţiilor stabilite între membrii societăţii. Emoţiile sunt ancorate cultural: pe de o parte, sunt expresia culturii, iar, pe de altă parte, dobândesc semnificaţie în contextul dinamic creat de cultură. Diferenţele culturale dintre emoţii se plasează la nivel psihologic şi acţional (vezi *supra*, II.6) şi se reflectă în plan lingvistic-comunicativ.

Vocabularul emoţiilor este diferit de la o limbă la alta: termenii prin care sunt numite stările interioare sunt mai mulţi sau mai puţini, iar partiţia lingvistică a stărilor afective diferă, astfel încât pot exista stări interioare numite de cuvinte separate în unele limbi sau de acelaşi cuvânt în altele, pot exista cuvinte care numesc într-o cultură experienţe emoţionale de care membrii altor culturi să nu fie conştienţi. Sensul exact al cuvintelor care desemnează emoţii este accesibil numai nativilor.

Există stări emoţionale condiţionate cultural, specifice unor spaţii geografice determinate, exprimate prin aşa-numitele cuvinte „intraductibile". De pildă, cuvintele *amok* (Malaysia), *cafard* (Laos, Filipine, Polinezia), *mal de pelea* (Puerto Rico), *iivh'aa* (Navajo) exprimă un episod disociativ, asemenea atacurilor psihotice, manifestat prin izbucniri violente şi agresivitate; *ataque de nervios* este o stare afectivă întâlnită la populaţiile latino-americane, manifestată ca pierdere a controlului emoţional şi care se exteriorizează prin strigăte incontrolabile, crize de plâns, agresivitate fizică şi verbală; *aviman* este un cuvânt indian care desemnează o emoţie complexă de tipul iubire-mândrie-furie; *dhat* (India), *sukra prameha* (Sri Lanka), *shen-k'uei* (China) exprimă o stare de anxietate şi ipohondrie, oboseală şi epuizare; *fureai* desemnează în japoneză sentimentul apartenenţei la comunitate; *ghost sikness* (la indienii nord-americani) exprimă o obsesie pentru cei morţi, manifestată prin insomnie, coşmaruri, anxietate, halucinaţii, slăbiciune, pierderea cunoştinţei; *rettocan*, în japoneză, face trimitere la un sentiment de inferioritate; *sangue dormido* (Insulele Capului Verde) se manifestă ca durere sufletească extremă, crize cardiace, dezechilibru fizic şi emoţional; *sukhi* este cuvântul indian care evocă o stare de pace interioară şi fericire[1]. Astfel de emoţii (cu expresia lor lingvistică) intră în structura identităţii culturale a individului.

Într-o viziune compozită, antropologică şi lingvistică, Anna Wierzbicka (1994, p. 145) propune o analiză a emoţiilor în termenii unor primitive/universalii semantice, care ar permite o comparaţie culturală a stării afective şi a expresiei lingvistice a acesteia. De pildă, termenul polonez *teskni* şi termenul englez *homesick* sunt analizaţi astfel:

X simte *teskni* faţă de Y?
X gândeşte aşa:
Eu sunt departe de Y
Când eram cu Y mă simţeam bine
Vreau să fiu cu Y acum
Dacă acum aş fi fost cu Y m-aş fi simţit bine
Nu pot să fiu cu Y acum
De aceea X simte ceva negativ
X simte *homesick*?
X gândeşte aşa:
Acum sunt departe de casă
Când eram acolo mă simţeam bine
Vreau să fiu acolo acum
Dacă eram acolo acum m-aş fi simţit bine
Nu pot să fiu acolo acum
De aceea X simte ceva negativ.

Analiza în termenii primitivelor semantice pune în evidenţă asemănările (separare, distanţă, stare anterioară de bine, stare

1. Pentru un inventar al stărilor emoţionale condiţionate cultural, vezi Terzea-Ofrim (2002, pp. 32-33).

prezentă de rău, stare dorită, imposibilitate) şi diferenţa (persoană *vs* spaţiu) dintre *teskni* şi *homesick*. Deşi traducerea unui termen prin altul nu poate capta diferenţa, persoanele din ambele culturi sunt capabile să trăiască amândouă sentimentele.

Între culturi există diferenţe legate de modul particular în care este exprimată emoţia. De exemplu, culturile din Europa de Est tolerează exprimarea directă, neatenuată a emoţiei negative (critică, remarci personale) cauzate de conflicte interpersonale; acest tip de confruntare directă este interpretat ca expresie a sincerităţii, a spontaneităţii, a relaţiei apropiate dintre membrii grupului. Spre deosebire de acestea, deşi acceptă conflictul şi confruntarea directă ca formă de cunoaştere şi rezolvare a problemelor apărute, culturile de limbă engleză fac acest lucru într-o manieră impersonală, raţional, fără implicare emoţională, fără a încerca impunerea dogmatică a unui punct de vedere, în virtutea dreptului individual al fiecăruia la opinie şi acţiune. Cercetările au demonstrat, de pildă, că australienii îi percep pe polonezi ca nepoliticoşi, având tăria opiniilor personale, că francezii îşi exprimă cu uşurinţă emoţiile negative în cadrul confruntărilor, că germanii îşi argumentează dur punctele de vedere.

În plan textual, emoţia are diverse mărci fonetice/paraverbale (înălţimea tonului, debitul verbal, ezitări vocale, pauze mari sau mici), lexicale (cuvinte marcate emoţional, interjecţii, imprecaţii şi înjurături etc.), sintactice (bâlbe, *false-start*, întreruperi şi autoîntreruperi etc.), alături de mărci nonverbale complementare textului (tăcerea, poziţii corporale, colorarea feţei, privirea etc.). Felul în care sunt marcate emoţiile în plan textual diferă, de asemenea, de la o cultură la alta.

2.6.7. Consens *vs* conflict

Relaţiile conflictuale sau consensuale dintre interlocutori afectează progresia tematică şi structura interacţiunii verbale. Conflictul intervine atunci când două sau mai multe părţi implicate într-o relaţie de comunicare percep o incompatibilitate de scopuri.

Schematic vorbind, există două tipuri de culturi: ***culturi consensuale***, care promovează armonia socială, buna înţelegere între indivizi şi tind să evite, să atenueze, să muşamalizeze conflictul (de exemplu, cultura japoneză); ***culturi conflictuale***, în care membrii societăţii tind să se angajeze deschis în conflicte, pentru a rezolva astfel divergenţele apărute (de pildă, în Israel); în unele culturi vorbitorii tind să-şi rezolve conflictele prin negocieri directe (ca în cultura americană ori germană) sau prin intermediul unor mediatori (ca în culturile orientale).

Culturile conceptualizează în mod diferit conflictul. În esenţă, de-a lungul unui continuum se plasează doi poli: conceptualizarea conflictului ca proces şi conceptualizarea conflictului ca rezultat. În culturile în care conflictul este conceptualizat ca proces accentul cade pe negocierea imaginii mutuale sau de grup (prestigiu, onoare, demnitate, mândrie, încredere, umilire, ruşine, vinovăţie, neîncredere), în timp ce în culturile în care conflictul este conceptualizat ca rezultat accentul cade pe afirmarea identităţii personale (a nevoilor, intereselor, emoţiilor personale), pe negocierea şi obţinerea rapidă a unui rezultat. În modelul colectivist orientat spre proces primează adecvarea în abordarea opoziţiilor, atingerea unui consens cu implicaţii pe termen lung; în modelul individualist orientat spre rezultate primează eficienţa negocierii, găsirea unor soluţii sau compromisuri mulţumitoare pentru fiecare parte (Ting-Toomey, 1999, pp. 194-230).

Ting-Toomey şi Oetzel (2001) au identificat mai multe tipuri de comportamente comunicative în situaţii de conflict: evitarea conflictului (individul evită discutarea deschisă a problemei), cedarea (individul acceptă nevoile celuilalt), compromisul (individul negociază pentru găsirea unei căi de mijloc), integrarea (individul încearcă să integreze toate informaţiile primite pentru a găsi o soluţie nouă), dominarea (individul se angajează într-o competiţie cu interlocutorul, pentru a câştiga), exprimarea emoţională (individul îşi exprimă emoţiile şi sentimentele), agresiunea pasivă (individul încearcă să impună în mod indirect o anumită soluţie), solicitarea unui mediator (părţile solicită ajutorul unei

persoane externe). Culturile colectiviste favorizează evitarea conflictului, cedarea, compromisul şi medierea conflictului de către o persoană cu reputaţie, respectată, pe care persoanele implicate o cunosc din interacţiuni anterioare. Culturile individualiste favorizează exprimarea emoţiei, agresiunea pasivă, dominarea şi, uneori, medierea conflictului de către o persoană independentă. Americanii, chinezii, taiwanezii preferă stilul dominant într-o mai mare măsură decât japonezii şi coreenii; japonezii recurg la stilul de integrare într-o mai mică măsură decât americanii, chinezii sau taiwanezii; chinezii şi taiwanezii cedează mai frecvent decât americanii, coreenii şi japonezii; chinezii evită conflictul mai mult decât taiwanezii; turcii preferă stilul integrativ celui de dominare, stilul compromisului şi al dominării celui al evitării, stilul evitării celui al cedării; iordanienii caută mai degrabă colaborarea şi nu compromisul, compromisul şi nu adaptarea, evitarea şi nu dominarea. Un amalgam de strategii de conflict şi de evitare a conflictului apare în cultura mexicanilor. În acelaşi timp, pentru membrii culturilor individualiste primează asumarea individuală a conflictului, gestionarea lui în baza opiniilor personale, în timp ce în culturile colectiviste sunt favorizate, pe de o parte, protejarea membrilor grupului în faţa posibilei responsabilităţi în declanşarea conflictului, iar pe de altă parte, gestionarea conflictului pe baza ideilor şi opiniilor valorizate de colectivitate.

2.6.8. Atitudini comunicative

Despre diverse populaţii se vehiculează stereotipuri ca: „americanii sunt joviali şi vorbesc tare", „grecii sunt lăudăroşi", „mexicanii sunt exuberanţi", „suedezii sunt reţinuţi şi sobri". Deşi simplificatoare, acestea evidenţiază atitudini comunicative ale diverselor comunităţi, reflectate în text prin conţinuturi, prin modul în care vorbitorul îşi proiectează imaginea în text, prin structura înscrierilor la cuvânt, prin diverse elemente paraverbale (înălţime, debit verbal, râs).

Specificul cultural determină atitudinile comunicative ale oamenilor. De pildă, preocuparea pentru armonia de grup din culturile colectiviste se repercutează asupra comunicării astfel: atitudine rigidă, creativitate reţinută, lipsă de complexitate cognitivă, conformism şi conformitate cu normele de comunicare, incapacitate autopercepută de a influenţa cursul evenimentelor, grad redus de asertivitate şi argumentativitate; în acelaşi timp, din punct de vedere emoţional, se constată o stabilitate în plan personal, familial şi social. La polul opus, preocuparea pentru dezvoltarea personală din culturile individualiste presupune creativitate, importanţă mare acordată opiniilor personale, asertivitate şi argumentativitate.

2.7. *Contribuţia elementelor paraverbale şi nonverbale la construirea semnificaţiei*

Comunicarea umană este un sistem complex în care se întrepătrund elemente verbale, paraverbale şi nonverbale. Rolul în comunicare şi semnificaţia elementelor nonverbale şi paraverbale variază de la o cultură la alta, în strânsă legătură cu dimensiunile de variaţie (vezi *supra*, II.5). Astfel, gradul de individualism/colectivism determină felul în care colectivităţile gestionează spaţiul individual şi colectiv, atitudinea faţă de proprietatea privată, distanţele de interacţiune, gradul de deschidere comunicativă (reflectat în intonaţii, gesturi, postúri etc.), disponibilitatea indivizilor de a se angaja în activităţi colective sincronizate sau de a-şi urmări ţelurile în mod independent unii de alţii, monocronismul/policronismul (vezi şi *supra*, II, 5.2.1). Culturile feminine favorizează comportamente verbale şi nonverbale androgine. Distanţa faţă de putere pare să se coreleze pozitiv cu libertatea de interacţiune a membrilor societăţii (cu cât distanţa faţă de putere este mai mare, cu atât posibilităţile de interacţiune dintre membrii societăţii sunt mai constrânse de reguli ierarhice determinate de relaţii de putere şi de statut).

Elementele paraverbale și nonverbale ale comunicării joacă un rol esențial în reducerea stresului și a anxietății în comunicarea interculturală (dintre membrii unor grupuri/culturi diferite): cu cât diferențele de gestionare a spațiului și a timpului – incluzând distanțe, postúri, gesturi, atingeri, priviri etc. – sunt mai mici, cu atât interactanții se adaptează mai ușor.

2.7.1. Elementele paraverbale

Contururile intonaționale, debitul verbal, înălțimea tonului sunt părți constitutive ale textului oral, constrânse cultural. Această variație este rezultatul interacțiunilor complexe dintre mai mulți factori, unii genetici, înnăscuți, alții rezultați în timpul interacțiunilor cu mediul sau între indivizi, în cadrul vieții sociale.

În India și Pakistan, de exemplu, *o bere* se cere pe un ton descendent, *O bere*↓, în timp ce în culturile occidentale aceeași comandă se face pe un ton ascendent, *O bere*↑. În limba japoneză, înălțimea tonului variază în funcție de interlocutor (bărbat sau femeie) și de statutul său social. Animozitatea verbală este percepută ca interes pentru interlocutor în cultura americană, dar face impresie proastă în cultura germană sau în culturile nordice. Persoanele provenite din culturile mediteraneene și americanii vorbesc tare, în timp ce în Europa Centrală se vorbește mai încet. Tăcerea este percepută ca amenințare în culturile meridionale și în America de Nord, acceptată în culturile nordice și interpretată ca semn al unei atitudini meditative înțelepte în culturile orientale. Pauzele dintre cuvinte nu sunt foarte lungi în America de Nord și în țările arabe, în schimb în Japonia prelungirea pauzei poate conferi cuvântului un sens contrar.

2.7.2. Elementele nonverbale

Elementele nonverbale sunt prin ele însele texte sau se integrează textului verbal, completându-l sau întărindu-l. Individul transmite mesaje celor din jur nu doar prin cuvinte, ci prin întreaga lui ființă: prin înfățișare, privire, mimică, gesturi, așezare în spațiu, acțiuni etc.

Înfățișarea individului este percepută prin raportare la idealul estetic al societății. De exemplu, idealul feminin de frumusețe în culturile occidentale este „înaltă și slabă", în Japonia – „mignonă", în Africa și Rusia – „grasă", în China – „ștearsă, care nu atrage atenția". Vestimentația respectă un cod cultural: hainele de ceremonie reflectă poziția și statutul social în Japonia, în mediul de afaceri german costumul și cravata sunt obligatorii, stilul informal de vestimentație american îi șochează uneori pe europeni, femeile arabe își acoperă capul și fața cu un voal.

Postúrile transmit mesaje care diferă uneori de la o cultură la alta: în Japonia, salutul presupune un ritual al înclinării în fața celuilalt; în India se salută cu palmele lipite și capul înclinat; în Suedia e de așteptat să „stai drept" în scaun, în timp ce în Statele Unite te poți cufunda comod în fotoliu sau poți chiar pune picioarele pe masă. A sta picior peste picior este semnul poziției relaxate în culturile occidentale, dar o gravă ofensă adusă interlocutorului în Turcia.

Aceeași diversitate culturală se constată și în cazul gesturilor. Cunoscutul gest în formă de „O", care în Statele Unite semnifică „OK", în Japonia și Coreea înseamnă „acum vorbim despre bani", în sudul Franței – „zero, nimic, absența valorii", la arabi este expresia ostilității, în Mexic și Germania are o conotație vulgară, în Rusia și în unele țări est-europene este un semn sexual indecent, iar în Tunisia are semnificația unei amenințări cu moartea. Degetul mare în sus semnifică „totul e în ordine" în America Latină, în timp ce în unele țări islamice are o conotație sexuală vulgară.

Contactul vizual cu interlocutorii se stabilește diferit: în Statele Unite este de așteptat ca interlocutorii să-și susțină privirile, în culturile asiatice interlocutorii privesc în jos, deoarece

susţinerea privirii celuilalt timp mai îndelungat este o insultă, în Africa, evitarea privirii celuilalt este semn de respect, iar în culturile arabe interlocutorii se privesc atent şi prelungit.

(Su)râsul, în majoritatea culturilor, este conotat cu satisfacţia, mulţumirea, bucuria, în timp ce în cultura japoneză este adeseori semn de confuzie, stânjeneală, nesiguranţă. Locuitorii din Surinam zâmbesc şi râd mai des decât cei din Olanda.

Mişcările capului au semnificaţii diferite: a da din cap pe verticală semnifică aprobare („da") în multe dintre culturile europene, dar negare („nu") în Bulgaria sau este semn al perceperii mesajului (*back-channel*) în Japonia.

Un criteriu de diferenţiere între culturi îl reprezintă gestionarea colectivă a „contactului". Se vorbeşte despre culturi cu „grad ridicat de contact", respectiv culturi cu „grad scăzut de contact" (engl. *high contact cultures, low contact cultures* – Hall, 1966). Atingerea interlocutorului este evitată în Germania, Marea Britanie şi Scandinavia, frecventă însă în Europa Centrală şi de Est, în America Latină şi în Grecia. În ţările arabe, distanţele dintre indivizi sunt foarte mici, oamenii se ating frecvent, merg pe stradă ţinându-se de mână, pe când în cultura nord-americană distanţele de interacţiune sunt mari comparativ cu culturile arabe, dar mai mici decât în culturile nordice. S-a constatat că distanţele de interacţiune sunt mai mici în ţările cu climă caldă (mai apropiate de Ecuator) şi cresc pe măsură ce ne apropiem de Poli. Andersen *et al.* (1987, *apud* Gudykunst, 2003, p. 75) pune corelaţia dintre latitudine şi particularităţile de interacţiune pe seama nivelului de energie, al climei şi al metabolismului locuitorilor din diverse zone:

> Culturile unde clima este mai rece tind să fie mai orientate spre rezolvarea problemelor şi mai reci în plan interacţional, în timp ce culturile unde clima este mai caldă tind să se orienteze mai degrabă spre construirea relaţiilor interpersonale, care sunt mai calde[1].

1. „La latitudini nordice, societăţile trebuie să fie mai structurate, mai ordonate, cu mai multe constrângeri, mai organizate, deoarece indivizii trebuie să supravieţuiască forţelor dure ale iernii... ; spre

Când se salută, bărbaţii din Marea Britanie dau mâna, în timp ce femeile fac un pas înapoi, schiţând o reverenţă şi o mişcare a mâinii, iar în Germania, atât bărbaţii, cât şi femeile stabilesc contactul comunicativ dând mâna; în Franţa şi România, domnii sărută uneori mâna doamnelor; în timp ce în Europa Occidentală bărbaţii nu se salută pupându-se pe obraz, ruşii fac frecvent acest gest; în cultura spaniolă, gestul sărutului pe obraz este frecvent, folosit uneori ca rutină şi în întâlnirea dintre necunoscuţi, în timp ce în cultura română este restrâns la persoane care se cunosc şi se află într-un relativ grad de intimitate; în Europa Occidentală indivizii se sărută pe obraz de trei ori, în timp ce în România, de obicei, de două ori. Un alt factor care reglează distanţele de interacţiune şi gradul de accesibilitate comunicativă este religia. Astfel, confucianismul cultivă stăpânirea de sine, autocontrolul, comportamentul adecvat, imaginea potrivită în ochii celorlalţi.

Elementele olfactive antrenate în comunicare sunt mai importante în culturile arabe şi mai puţin importante în cultura americană şi în cele europene. Culturile africane acceptă mirosurile naturale, în timp ce în America, Europa Occidentală şi în Australia s-a dezvoltat o întreagă industrie prin care oamenii se străduiesc să acopere mirosurile naturale cu parfumuri obţinute pe cale chimică.

Gestionarea timpului şi a spaţiului sunt modalităţi nonverbale de comunicare. „Times talks and space speaks" (Hall, 1959). Comportamentele sociale se supun unor reguli latente legate de folosirea timpului: punctualitatea este esenţială în cultura germană, aproximativă în cultura franceză („sfertul academic"), neimportantă în culturile sud-americane (întârzieri de peste o oră la diverse întâlniri reprezintă un mod de viaţă). În unele culturi asiatice şi din America Centrală bunele maniere impun ca musafirii să plece acasă imediat după masă, iar dacă nu fac acest

deosebire de acestea, ţările de la latitudini sudice produc culturi caracterizate prin extravaganţă socială, nu foarte preocupate de constrângeri sau de ordonarea lumii."

lucru, transmit nonverbal semnificaţia că „nu au mâncat suficient"; în schimb, în culturile europene şi nord-americane a pleca acasă imediat după masă îi dă gazdei semnalul nonverbal că musafirul nu se simte bine în compania sa. Spaţiul interacţionează cu diverse forme de comunicare verbală: distanţele interpersonale sau sociale de interacţiune tind să fie mai mari în culturile individualiste, unde oamenii simt nevoia unui spaţiu securizant, mai mici în culturile colectiviste, unde indivizii se simt confortabil în grupuri mai largi şi acceptă relativ uşor proximitatea fizică; sentimentul „spaţiului personal" (engl. *privacy*) este mai accentuat în cultura americană (de exemplu, mamele bat la uşă înainte de a intra în camera copiilor, proprietarii îşi pun afişe de tipul *private property* pentru delimitarea posesiunii), în timp ce în cultura japoneză sentimentul spaţiului personal nu este foarte acut (pereţii despărţitori ai camerelor sunt de hârtie, mamele intră frecvent în dormitoarele copiilor fără a bate la uşă). Modul în care este delimitat spaţiul personal diferă de la o cultura la alta: în Statele Unite se pun încuietori de mare siguranţă la uşi, în Germania se folosesc uşi duble, izolate fonic, în Norvegia uşile sunt mari, în Belgia şi Olanda ferestrele nu au perdele, în Anglia şi Canada proprietăţile se delimitează prin garduri vii şi copaci. Simţul puternic al proprietăţii accentuează de obicei distanţele sociale dintre indivizi.

Relaţia dintre elementele nonverbale şi cele verbale în cadrul comunicării este diferită: elementele nonverbale joacă un rol extrem de important în culturile cu grad ridicat de dependenţă contextuală, dar sunt mai puţin importante, tinzând doar să acompanieze comunicarea, fără a interfera cu semnificaţia, în culturile cu un grad scăzut de dependenţă contextuală.

2.8. *Concluzii*

Cultura este vehiculată prin semne şi simboluri care alcătuiesc un sistem de reprezentări determinate cultural: o hartă de semnificaţii sociale şi personale care satisfac nevoile particulare de comunicare ale membrilor comunităţii respective. În acelaşi timp, comunicarea este una dintre formele de bază prin care se creează şi se manifestă cultura. Din această intercondiţionare complexă rezultă stilul cultural de comunicare. Variaţia culturală în plan comunicativ se manifestă prin: decupajele lumii operate de structurile lexicale, semantice şi gramaticale ale limbii; scripturile culturale pe care le activează şi le evocă secvenţial; practicile discursive; maniera particulară de constituire a semnificaţiei; structura interacţiunii; relaţiile interpersonale implicate; modalitatea particulară de încorporare a elementelor paraverbale şi nonverbale.

3. Corelaţii între variabilele culturale şi stilurile comunicative

Între dimensiunile de variaţie culturală (vezi *supra*, II.5) şi stilurile comunicative ale diverselor grupuri etnice (stilurile comunicative determinate cultural, vezi *supra*) s-au observat unele corelaţii constante. Astfel, dimensiunile de variaţie culturală pot fi folosite pentru a face predicţii legate de modul în care se comunică în diverse culturi; invers, modul particular în care comunică membrii unei culturi poate oferi indicii în legătură cu locul în care se plasează o cultură pe diverse dimensiuni de variaţie.

Fără a fi absolutizate, aceste corelaţii trebuie citite ca tendinţe manifestate în diverse grade în diferite societăţi; interacţiunile

dintre dimensiunile de variaţie culturală, specificul diverselor instituţii (şcoală, biserică, instituţiile statului) şi stilurile comunicative sunt însă mult mai subtile, mai nuanţate, mai complexe.

INDIVIDUALISM	**COLECTIVISM**
Distanţe mari de interacţiune	Distanţe mici de interacţiune
Zâmbetul – expresie a satisfacţiei	Zâmbetul – sprijin al interacţiunii verbale
Rolul important al conversaţiei fatice	Rolul puţin important al conversaţiei fatice
Strategii directe de comunicare, ce urmăresc transmiterea directă a mesajului	Strategii indirecte de comunicare, cultivând ambiguitatea menită să protejeze relaţiile sociale
Strategii ale politeţii negative, ale menţinerii imaginii publice personale, ale obţinerii acordului din partea interlocutorului	Strategii ale politeţii pozitive, ale păstrării imaginii publice a interlocutorului, ale susţinerii lui, ale adeziunii la punctul lui de vedere
Tendinţă de dominare a interlocutorului	Tendinţă de subordonare faţă de interlocutor
Tendinţă de implicare în conflicte verbale	Tendinţă de evitare a conflictelor verbale
Strategii de rezolvare a conflictelor orientate spre rezultate	Strategii de rezolvare a conflictelor orientate spre relaţii
Strategii ale negocierii bazate pe relaţii interpersonale	Strategii ale negocierii bazate pe roluri sociale
Strategii de discurs bazate pe distincţii minime între membrii grupului şi străinii de grup	Strategii de discurs bazate pe distincţii evidente între membrii grupului şi străinii de grup
Discurs orientat spre viitor	Discurs orientat spre prezent/trecut
Verbalizarea emoţiei	Reţinerea sau mascarea emoţiei

DISTANŢĂ MICĂ FAŢĂ DE PUTERE	**DISTANŢĂ MARE FAŢĂ DE PUTERE**
Contact vizual intens	Contact vizual limitat
Lipsa acuităţii în decodarea elementelor nonverbale	Acuitate în decodarea elementelor nonverbale
Intensitate vocală	Lipsa intensităţii vocale
Cuvântul maschează ierarhiile	Cuvântul pune în evidenţă ierarhiile
Strategii ale empatizării cu interlocutorul	Strategii ale marcării ierarhiilor
Dreptul de a întrerupe interlocutorul	Evitarea întreruperilor
Asertivitate ridicată	Nonasertivitate
Promovarea intensă a opiniilor şi drepturilor personale	Conformitate cu norma, îndeplinirea sarcinilor ce le revin conform poziţiei în cadrul grupului

MASCULINITATE	**FEMINITATE**
Puterea discursivă se reflectă în strategiile comunicative	Puterea discursivă nu este reflectată în comunicare
Agresivitate verbală	Evitarea agresivităţii verbale
Rolul puţin important al elementelor nonverbale în comunicare	Rolul important al elementelor nonverbale în comunicare

PUTERNICĂ EVITARE A INCERTITUDINII	**SLABĂ EVITARE A INCERTITUDINII**
Explicitul; sensul literal	Implicitul; sensul nonliteral
Lipsa ambiguităţii comunicative	Ambiguitate comunicativă
Intervenţii verbale scurte	Intervenţii verbale lungi

INDEPENDENŢĂ CONTEXTUALĂ	**DEPENDENŢĂ CONTEXTUALĂ**
Rolul puţin important al elementelor nonverbale în comunicare	Rolul important al elementelor nonverbale în comunicare
Focalizare	Nonfocalizare
Patternuri deductive în comunicare	Patternuri inductive în comunicare
Redundanţă	Elipsă
Rolul important al anaforei	Rolul important al deixisului

ACCESIBILITATE	INACCESIBILITATE
Distanţe mici de interacţiune	Distanţe mari de interacţiune
Postúri de interacţiune deschise	Postúri de interacţiune închise
Animozitate verbală	Reticenţă verbală
Intimitate comunicativă	Lipsa intimităţii comunicative
Expresivitate	Lipsa expresivităţii
Număr mare de *back-channels*	Număr mic de *back-channels*

Pentru a înţelege stilul de comunicare dintr-o cultură determinată trebuie cunoscute, pe de o parte, tendinţele generale ale culturii pe diverse dimensiuni de variaţie (individualism/colectivism, distanţă faţă de putere, evitarea incertitudinii, masculinitate/feminitate, orientare în timp), iar pe de altă parte, manifestările specifice la nivelul culturii ale uneia sau alteia dintre dimensiunile de variaţie culturală. Astfel, concepte specifice culturii japoneze, cum ar fi *wa* (armonie), *amae* (dependenţă), *enryo* (rezervă, reţinere), dau o configuraţie particulară colectivismului de tip japonez, în comparaţie cu colectivismul de tip coreean, influenţat de conceptul *chong* (afect); stilurile comunicative specifice celor două societăţi vor fi diferite, modelate, dincolo de colectivism, de mentalităţi particulare diferite.

3.1. *Clasificarea lui Gudykunst (1988)*

Compararea diverselor stiluri culturale de a vorbi şi corelarea lor cu dimensiunile de variaţie culturală (Hofstede, 1984, 1997a; Hall, 1976) i-au condus pe Gudykunst *et al.* (1988) la identificarea a patru stiluri culturale de comunicare, plasate de-a lungul unui continuum: stilul direct *vs* indirect; stilul elaborat *vs* exact *vs* succint; stilul personal *vs* contextual, stilul instrumental *vs* afectiv.

Stilul direct vs *indirect*. Culturile individualiste (de pildă, cultura americană) îşi asociază valori precum deschidere comunicativă şi onestitate, manifestate printr-o comunicare verbală

explicită, precisă, directă, creativă, onestă, în timp ce culturile colectiviste (de exemplu, culturile asiatice) asigură armonia în cadrul grupului cultural printr-o comunicare indirectă, imprecisă, implicită.

Stilul elaborat vs *exact* vs *succint*. Stilul elaborat presupune folosirea unui limbaj expresiv, bazat pe elocinţă; culturile arabe, de exemplu, recurg frecvent la metafore şi comparaţii expresive. Stilul exact, specific culturilor de limbă engleză, pare să se conformeze cel mai bine maximei griceene a cantităţii (cantitatea de informaţie oferită de vorbitor nu trebuie să fie nici mai mare, nici mai mică decât e necesar pentru scopul curent al conversaţiei). Stilul succint se caracterizează prin pauze lungi, cuvinte puţine şi idei succint exprimate, ca în Japonia, China sau în culturile amerindiene.

Stilul personal vs *contextual*. Stilul personal este centrat pe individ: limbajul reflectă opiniile individului şi relaţii cu semenii bazate pe egalitate şi lipsă de formalism; deicticele spaţio-temporale, ale pronumelor personale sunt proiecţia în text a vorbitorului. Stilul contextual (Coreea, Burundi) se bazează pe informaţia implicită partajată de interlocutori, pe proiecţia în text a statutului social şi a relaţiilor ierarhice, formale dintre interlocutori.

Stilul instrumental vs *afectiv*. Stilul instrumental (folosit de americani) presupune o comunicare orientată spre receptor şi centrată pe rezolvarea problemelor, în timp ce stilul afectiv presupune comunicarea orientată spre emiţător şi centrată pe construirea relaţiei cu interlocutorul. Stilul afectiv poate fi: de tip deferent (ca în culturile din Asia de Est), când vorbitorii sunt evazivi şi confuzi pentru că nu au certitudini legate de modul în care receptorul primeşte mesajul lor, şi de tip dramatic (în culturile arabe), când accentul se pune pe expresia emoţiei şi pe comportamentul nonverbal.

3.2. *Clasificarea lui Clyne (1994)*

Autorul distinge patru stiluri comunicative (A, B, C, D), rezultate la interfaţa dintre modul în care sunt performate actele de vorbire şi regulile accesului la cuvânt într-o cultură dată.

Stilul A (specific Europei continentale şi ţărilor din America Latină) se caracterizează prin luări de cuvânt mai degrabă lungi şi un relativ echilibru între strategiile politeţii negative şi cele ale politeţii pozitive în performarea actelor de vorbire; deosebit de frecvente sunt actele de vorbire de tip directiv, precum şi plângeri sau diverse expresii ale nemulţumirii.

Stilul B (întâlnit la locuitorii din Asia de Sud) se caracterizează prin luări de cuvânt relativ lungi, în care sunt etalate expresii ale formalismului birocratic, retorism, repetiţii, paralelism. Sunt favorizate expresiile politeţii pozitive, explicaţiile lungi, elaborate. Se cedează greu cuvântul interlocutorului.

Stilul C (specific populaţiilor din Asia de Sud-Est, China, Indonezia, Vietnam) se caracterizează prin luări de cuvânt scurte, deferenţă şi promovarea unui sistem al politeţii negative.

Stilul D (specific populaţiilor din America şi Europa de Nord), deşi identificat, nu este analizat de autor.

3.3. *Clasificarea lui FitzGerald (2003)*

Analizând interacţiunile dintre interlocutori proveniţi din diverse culturi, FitzGerald (2003, pp. 168-169) propune o clasificare compozită a stilurilor comunicative, rezultată dintr-o abordare integrată a celor patru dimensiuni prezentate mai sus.

Descriptor (stil de comunicare)	**Grup cultural**
Instrumental-exact	Culturile de limbă engleză, culturile din Europa de Nord şi de Vest
Spontan-argumentativ	Culturile din Europa de Est
Implicat-expresiv	Culturile din Europa de Sud şi din America Latină
Elaborat-dramatic	Culturile din Orientul Mijlociu
Birocratic-contextual	Culturile din Asia de Sud
Succint-supus, deferent	Culturile din Europa de Est şi de Sud-Est

Stilul instrumental-exact se bazează pe recunoaşterea autonomiei individului şi a dorinţei lui de a alege singur, fără a-i fi impuse soluţii; pune accent pe identitatea eului şi promovează strategii ale politeţii negative. Stilul de comunicare este succint, explicit, liniar, orientat spre un scop precis, informaţia se organizează deductiv, relaţia dintre interactanţi se bazează pe egalitate, valorizează discuţiile şi argumentările neemoţionale, obiective.

Stilul spontan-argumentativ rezultă din exprimarea directă, spontană a emoţiei, valorizează apropierea şi sinceritatea. Stilul comunicativ este direct, adeseori abrupt, admiţând exprimarea emoţiilor negative; oamenii argumentează dur, în forţă, iar pentru impunerea punctului de vedere personal adeseori nesocotesc sentimentele celuilalt. Pentru a-şi exprima complet un punct de vedere, vorbitorii au tendinţa de a recurge la luări de cuvânt relativ lungi, distincte, cu suprapuneri puţine, mai ales spre sfârşitul replicii interlocutorului.

Stilul implicat-expresiv se caracterizează printr-o expresivitate de tip emoţional, bazată pe strategii ale politeţii pozitive, dezbaterea şi argumentarea sunt agreabile şi contextualizate, apar suprapuneri frecvente care marchează colaborarea dintre interlocutori, informaţia este puţin focalizată, sunt tolerate digresiunile.

Stilul elaborat-dramatic este expresia valorizării în culturile respective a relaţiilor armonioase de grup, a unei activităţi de imagine orientate spre faţa pozitivă a interlocutorului. De aceea sunt preferate luările de cuvânt relativ lungi, se acordă atenţie deosebită formei, în defavoarea conţinutului. Printre caracteristicile acestui stil se numără: aserţiuni neargumentate, generalizări, înfrumuseţarea expresiei prin metafore şi comparaţii, repetiţii şi paralelisme, menite să convingă interlocutorul prin impresia pe care cuvântul o face asupra lui, nu prin argument.

Stilul birocratic-afectiv caracterizează societățile cu dependență mare de context, care valorizează armonia socială și strategiile politeții pozitive. Accentul cade pe formă, nu pe conținut, intervențiile conversaționale sunt lungi, informația este organizată inductiv. În argumentare sunt analizate ambele fațete ale unei probleme, prezentate, câteodată, în cursul unei singure intervenții, fără ca vorbitorul să-și exprime tranșant punctul de vedere.

Stilul succint-supus, deferent caracterizează culturile care valorizează armonia socială, modestia, conformismul și care favorizează strategiile politeții pozitive, mascând emoțiile negative și orice exprimare a unui punct de vedere care l-ar putea tulbura pe interlocutor. Interacțiunile sunt configurate de statutul social al interlocutorilor, se bazează pe o puternică ancorare contextuală, ideile sunt exprimate indirect, unele informații trebuie deduse din context. Luările de cuvânt sunt scurte, vorbitorii fac economie de cuvinte, punctele de vedere personale sunt exprimate cu prudență, pentru a nu afecta echilibrul social, patternurile de discurs sunt inductive, liniștea și non-cuvântul sunt bine tolerate.

4. Rolul limbii în comunicare

Sintetizând cele prezentate până acum, vom spune că rolul limbii în comunicare diferă în cadrul diverselor culturi.

În culturile occidentale, limba este văzută ca un mijloc de autoexprimare și de dobândire a vizibilității sociale, în timp ce în Orient este considerată un element de coeziune și identitate națională. În culturile occidentale prevalează funcția de informare a limbii, printr-un discurs de tip utilitar în care se acordă prioritate dispunerii coerente a informației și dezvoltării unei argumentații eficiente, în timp ce în culturile orientale predomină funcția de relaționare a limbajului, activată printr-un discurs de tip reflexiv, centrat pe sentimente și pe relațiile dintre participanții la comunicare. În culturile occidentale limba joacă un rol decisiv în negociere,

ratificare și în formularea deciziilor, în gestionarea imaginii personale și în stabilirea relațiilor interpersonale, pe când în culturile orientale rolul decisiv al limbii apare în conservarea relațiilor de grup, în confirmarea poziției sociale prealocate pe care o are fiecare membru al societății în reiterarea tradiției în relațiile intragrup și intergrup. În timp ce culturile occidentale valorizează originalitatea, sinceritatea ca expresie a propriilor opinii, argumentativitatea și asertivitatea, culturile orientale valorizează conformismul, șablonul, proverbul, subordonarea opiniei individuale viziunii de viață a grupului. Dacă în culturile occidentale cuvântul primează în raport cu elementele nonverbale, care ocupă un loc secundar, în culturile orientale elementele nonverbale și cunoștințele implicite împărtășite cultural joacă un rol decisiv în comunicare.

În determinarea funcției pe care „cuvântul" îl are în comunicare, un rol important l-au avut sistemele filosofice și religioase care au configurat identitatea culturală a diverselor societăți. Tradiția retorică a Vestului este fundamentată pe gândirea lui Socrate, Platon, Aristotel, care promovează logica, rațiunea, gândirea analitică, exprimarea clară, logică, persuasivă a gândurilor și ideilor. Tradiția retorică a Orientului se raportează la taoism sau confucianism:

> Pentru a fi așa cum natura a vrut să fii, vorbește rar. Cel ce înțelege nu trebuie să predice, cel ce predică nu înțelege. Păstrează pentru tine gândurile și cuvintele. Netezește diferențele și iartă neînțelegerile. Umbrește-ți istețimea și simplifică-ți scopul. Cuvintele sofisticate și stilul înfrumusețat nu poartă în ele virtutea. Cel mai adeseori cuvintele aduc necazuri.

Un experiment intercultural a scos la iveală date interesante în legătură cu perceperea competenței retorice în culturile occidentale și în cele orientale. În campaniile electorale, votanții occidentali apreciază argumentația și puterea de persuasiune a candidaților; votanții din Coreea au perceput lipsa competenței pragmatice a candidaților ca expresie a unui caracter onest, demn de încredere.

Rolul limbii în comunicarea dintre membrii societăţii este determinat şi de orientarea religioasă a grupului cultural. Astfel, creştinismul acordă importanţă cuvântului, văzut deopotrivă ca temelie a lumii şi ca dar dat omului de către Dumnezeu:

> La început era Cuvântul şi Cuvântul era la Dumnezeu şi Dumnezeu era Cuvântul. Acesta era întru început la Dumnezeu. Toate prin El s-au făcut; şi fără El nimic nu s-a făcut din ce s-a făcut (*Ioan* 1.1-3).

Prin cuvânt Dumnezeu comunică cu credincioşii, iar predica este o formă de transmitere a învăţămintelor divine. Iudaismul pune învăţătura în centrul sistemului său de credinţe: dragostea de învăţătură şi studierea cărţilor sfinte reprezintă calea spre înţelepciune, asemenea lui Adam, care a ales cunoaşterea. Pentru Islam, Cartea Sfântă, Coranul, păstrează în formă scrisă cuvântul lui Allah, atunci când aceasta s-a adresat singura dată umanităţii. De aceea, memorarea Coranului, repetarea lui ca formă de rugăciune care nu trebuie tulburată este datoria oricărui bun musulman, ca şi înscrierea în ritual prin pelerinaj. Dimpotrivă, în hinduism, sursa cunoaşterii şi a înţelepciunii este noncuvântul, adică meditaţia şi introspecţia, iar pentru budişti cuvântul este o iluzie, în timp ce viaţa corectă, gândul bun, contemplarea şi meditaţia îi ajută pe credincioşi să se ridice deasupra suferinţelor din lumea fizică. Confucianismul pune cuvântul de duh, proverbul şi aforismul în slujba armoniei sociale şi a demnităţii umane.

Exerciţii. Aplicaţii

1. Comentaţi comparativ citatele următoare:

> Interdependenţa dintre gândire şi vorbire pune în evidenţă cu claritate faptul că limbile sunt nu atât un mijloc de exprimare a unui adevăr prestabilit, cât mai ales un mijloc de descoperire a unui adevăr necunoscut anterior. Diversitatea limbilor nu este atât o diversitate de sunete şi semne, cât o diversitate a modurilor de a privi lumea (Kerényi, 1996, p. xxxi).

> Gândindu-ne la limbă ca la un instinct, răsturnăm tendinţele generale de gândire, aşa cum ne-au fost transmise ele în special de ştiinţele umaniste şi de ştiinţele sociale. Limba conţine în ea tot atâta invenţie culturală cât postura bipedă. Nu este o manifestare a capacităţii generale a individului de a folosi simboluri: un copil de trei ani este un geniu gramatical, dar este aproape incompetent în domeniul artelor vizuale, al iconografiei religioase, al semnelor de circulaţie [...]. De îndată ce începem să privim limba nu ca esenţa inefabilă a unicităţii omului, ci ca formă biologică de adaptare la nevoia de a comunica informaţie, nu mai e deloc tentant să vedem limba ca un modelator insidios al gândirii [...]. Limba ne afectează în mod categoric gândurile, nu doar le pune o etichetă de dragul etichetei. Dar în mod evident, limba este conduita prin care oamenii împărtăşesc gânduri şi intenţii, achiziţionând astfel cunoştinţe legate de obiceiurile şi valorile celor din jur (Pinker, 1994).

2. Recitiţi subcapitolul „Diferenţele comunicative induse cultural". Daţi şi alte exemple prin care să ilustraţi diferenţe în stilurile comunicative ale unor grupuri etnice.
3. Recitiţi „Diversitatea culturală" din capitolul II şi „Diferenţele comunicative induse cultural" din acest capitol. Observaţi apoi tabelele de la „Corelaţii între variabilele culturale şi stilurile comunicative" din acest capitol şi încercaţi să explicaţi fiecare dintre corelaţiile prezentate.
4. Amintiţi-vă propriile dumneavoastră experienţe interculturale şi încercaţi să explicaţi, prin prisma cunoştinţelor dobândite în capitolele I şi II, neînţelegerile pe care le-aţi constatat atunci. Citiţi cu atenţie următoarele dialoguri traduse şi adaptate după Scollon şi Scollon (1995), apoi rezolvaţi sarcinile de lucru.

   a) Caracterizaţi comparativ stilul cultural de comunicare ilustrat prin următoarele două interacţiuni, având în vedere unele

dintre variabilele prezentate în subcapitolul „Diferenţele comunicative induse cultural".

LA PRIMĂRIE

Discuţie la un ghişeu la Primărie. A: englez, m., bătrân; B: funcţionar la ghişeu, f., tânără. A vrea să se mute în altă casă deoarece se simte deranjat de unul dintre vecini; Steve este un fost funcţionar al Primăriei, cu care bătrânul discutase deja această problemă.

A: ă, îmi pare rău că te deranjez, dragă...
B: nu mă deranjaţi, luaţi loc
A: da... n-am mai trecut pe aici de ceva vreme, de când a plecat Steve
B: da
A: îm, aş vrea să mă mut
B: îhîm...
A: pentru că ştii, nu mai vreau să stau acolo... nu mă mai simt bine acolo...
B: da, da
A: ştii, e mai bine de un an de când
B: îhm
A: nu mă împac deloc cu el, de fapt nu-mi mai convine deloc să stau acolo
B. mhm
A: adică ieri [de exemplu
B: ă, ştiţi cumva]
A: adică ieri, ... vorbeau ... el ... şi celălalt vecin
B: îhm
A: nu ştiu exact ce se întâmpla, pentru că eu nu mă amestec cu ei... ştii, eu nu
B: îhm
A: dar cum spun, vreau să mă mut de acolo, i-am spus şi asistentei sociale care mă vizitează

B: dar... ă... vreau să zic, ea ce a spus?
A: păi... şi ea a spus acelaşi lucru... dacă nu mai vreţi să staţi acolo... să căutăm altceva
B: da, da
A: de aia am venit aici, ştii, stau în căsuţa mea de patruzeci de patruşunu de ani
B: da, aşa e
A: când trăia soţia mea, Steve o cunoştea pe soţia mea, şi
B: aha
A: şi atunci mă înţelegeam bine cu vecinul, dar acum nu-mi mai place deloc acolo (*dă din cap*), [nu-mi mai place şi gata]
B: [da]
A: mie nu-mi place, dacă dumneavoastră credeţi că se poate trăi aşa
B: a nu, sigur că nu, bineînţeles că nu, nu vă sparge nimeni geamurile
A: [da, bine]
B: [dar nu e plăcut]
A: când îşi tunde iarba
B: îhî
A: lasă mizeria pe trotuarul meu
B: şi când sunt în grădină stă tot timpul cu ochii pe mine
A: îhî
B: vreau să mă mut de acolo
A: aţi completat un formular?

(Parantezele drepte semnalează suprapuneri de replici.)

O PERSOANĂ CU PROBLEME

Clientul: bărbat, vârstă medie, asiatic (A). Vine însoţit de cei doi fii, care pe tot parcursul discuţiei stau în spatele lui. Funcţionara: femeie, tânără, asiatică (B).

B: da, cu ce vă pot ajuta
A (*cu capul înclinat, privirea ridicată pentru a privi spre funcţionară câteva clipe, apoi lasă privirea în jos, inspiră*): cu serviciul... (*intensitate scăzută*) e foarte complicat... (*depărtează mâinile*)
B (*privind în jos*): aşa, spuneţi
A (*privire scurtă spre B, apoi priveşte în jos*): a doua oară
B (*privire scurtă spre A, apoi priveşte în jos*): la mine?
A (*ezitând, intensitate scăzută*): de două ori am fost aici
B (*dă din cap*)
A (*privind spre B, apoi în jos*): de două ori am fost, dar eraţi ocupată
B (*privire scurtă spre A, apoi priveşte în jos dând din cap*)
A: am probleme mari... (*intensitate scăzută*) mă copleşesc
B (*privind în jos, apoi scurt spre A*): care este problema?
A (*se uită scurt la B, se întoarce spre cei doi fii, ia o hârtie pe care o pune pe masă pentru a fi văzută de funcţionară*)
B (*îl urmăreşte pe A cu privirea, dă din cap*)
A (*privind hârtia*) ... (*intensitate ridicată*) acesta e calendarul
B (*privind în jos, dă din cap*)
A (*desface hârtia şi indică un punct de pe hârtie*)
B (*ţine documentul de un colţ, urmărind punctul indicat de A*)
A (*privind rapid spre B, apoi în jos*): (*intensitate ridicată*) pe 25 (*priveşte scurt spre B*), e semnătura aici
B (*îşi arcuieşte corpul încercând să vadă bine ce e scris pe foaie*): aţi semnat pe 25
A (*intensitate ridicată*) pe 25 (*urmăreşte hârtia cu corpul*)
B: hmm
A: şi pe 8 iunie (*priveşte scurt spre B, apoi pe foaie*) aici e semnătura (*intensitate ridicată, cu un creion în mână arată ceva pe foaie*) pe 7 (*privire scurtă spre B*) am intrat în spital
B (*urmăreşte cu degetul pe calendar, îl duce în direcţia punctului însemnat de A*): o clipă
A (*privire scurtă spre B, apoi în jos*): m-am internat
B: aţi semnat... aţi semnat (*urmăreşte cu corpul un traseu pe calendar*) când... (*aceeaşi mişcare descrisă cu corpul*) întâi aici (*intensitate ridicată*)... (*mişcare a corpului*) când?
A (*privind în jos*): 25
B (*mişcare a corpului, pauză prelungită*): aţi semnat... 25... (*intensitate ridicată*) MAI?
A: după două săptămâni trebuia (*intensitate scăzută*)... semnătura...
B: nu... o clipă... (*intensitate ridicată*) aţi semnat pe 25 mai sau pe 25 iunie?
A (*dă din cap, indică ceva pe foaie*)... (*intensitate scăzută*) 8 iunie
B: când aţi semnat dumneavoastră?
A: pe 25 mai... (*intensitate scăzută*) am semnat o dată
B (*intensitate ridicată*): aţi semnat pe 25 mai?
A (*arată ceva pe hârtie*)
B: în ce lună?
A (*intensitate scăzută*): în mai
B (*intensitate ridicată*): mai?
A: mai.

b) Secvenţele marcate în textele următoare sunt semnale de recepţie (*back-channels*), adică secvenţe prin care interlocutorul îi semnalează vorbitorului curent că îl ascultă cu atenţie, că este interesat de ceea ce spune, că înţelege ceea ce spune; dând aceste semnale, interlocutorul nu îl întrerupe pe vorbitorul curent, ci îl lasă/încurajează să continue. Comentaţi deosebirile între cele două dialoguri

în privinţa modului în care interlocutorii dau semnale de recepţie (*back-channels*).

Pat (*american*): Bine, [îhâm], bine Tanaka-san
Tanaka (*japonez*): ***[hai = da]***
Pat: Nu uita [după ce] cheltui [banii], facem un [test]
Tanaka: ***[hai] [hai hai] [hai]***
Pat: şi un afiş în metrou e mai [eficient] decât o reclamă în [*Cosmopolitan*] sau în orice alt [ziar]
Tanaka: ***[hai hai] [okay] [hai]***
Pat: Nu cred că oamenii se plictisesc de afişe nu-mi pasă nu vreau să-i las [să se plictisească] de ele
Tanaka: ***[hai]***
Pat: să le vadă. Dar... trebuie să acoperim principalele staţii de metrou, poate punem mai multe în Osaka, nu ştiu, tu, tu hotărăşti unde le pui, cheltuieşte bani cât de mulţi
Tanaka ***(fricativă aspirată, semn al dezaprobării)***
Osaka: Jenny vine astă-seară
Tanaka: ***okay***
Pat: noi vom fi aici în fiecare zi să te ajutăm la nevoie
Tanaka: ***Mulţumesc***
Pat: ***okay***

5. Comentaţi următoarele afirmaţii: „O limbă diferită înseamnă un stil diferit de viaţă." • „Suma înţelepciunii umane nu este conţinută într-o singură limbă, iar limba nimănui şi nicio singură limbă nu poate exprima toate formele şi gradele înţelegerii umane." (*Ezra Pound*).
6. Comentaţi afirmaţia următoare:

Cultura are propriul sistem de comunicare nonverbală. Copiii învaţă acest sistem încă înainte de a stăpâni deprinderile comunicării verbale şi se bazează pe el ca pe cel mai important mijloc de comunicare. Pe măsură ce cresc, comportamentele nonverbale devin atât de ancorate în psihicul lor, încât recurg la acestea aproape inconştient (Almaney, Alwan, 1982, p. 16, *apud* Leathers, 1986, p. 256).

7. Comentaţi: „...fiecare limbă este şi ea [...] înţelepciunea lumii într-una din versiunile ei".

IV. CULTURI ÎN CONTACT

1. Întâlnirea dintre culturi

Contactul dintre culturi poate fi indirect (prin tipărituri, prin media, prin importul/exportul de produse culturale) sau direct (prin întâlnirea dintre indivizi proveniţi din culturi diferite). Interesează în cele ce urmează contactul cultural direct între indivizi şi grupuri aparţinând unor culturi diferite.

1.1. *Ciocnirea culturală. Şocul cultural*

La contactul cu o nouă cultură, individul trăieşte experienţe emoţionale noi, provenite din eforturile lui de adaptare la noul sistem de semne. Aceste experienţe îmbracă două forme: *ciocnirea culturală* şi *şocul cultural*.

Ciocnirea culturală (*cultural bump*) are loc în timpul contactelor de scurtă durată cu o nouă cultură, când individul are timp doar să constate diferenţe între cultura sa şi cultura-gazdă, manifestă un interes moderat faţă de aceste diferenţe, care îl amuză sau îl surprind.

Şocul cultural se manifestă în timpul contactelor mai lungi ale individului cu o nouă cultură. Este o reacţie la dislocarea culturală, manifestată ca stare de anxietate ce apare când individul îşi pierde sistemul familiar de semne şi simboluri. Se

manifestă ca incapacitate temporară de comunicare acompaniată de stări emoţionale negative (confuzie, neînţelegere, jenă, iritare, frustrare, ruşine, furie). Termenul *şoc cultural* a fost introdus de antropologul american de origine finlandeză Kalvero Oberg. Şocul cultural cunoaşte mai multe faze:

1. *„Luna de miere"*, când individul manifestă fascinaţie şi optimism faţă de noua cultură: savurează mâncarea, se bucură de calmul care domină societatea, i se par interesante obiceiurile oamenilor, este preocupat de arhitectura locală.
2. *Dezorientare*: individul este bombardat de stimuli noi, diferiţi de cei pe care îi primea în cultura sa, este dezorientat, îi lipsesc reperele de interpretare şi integrare a acestor stimuli în sistem.
3. *Ostilitate, enervare*: stereotipurile sunt activate emoţional, iar diferenţele faţă de cultura originară încep să fie percepute ca inconveniente: dorul după mâncarea de acasă, plictiseala într-o comunitate considerată neinteresantă, cu obiceiuri caraghioase şi obositoare, melancolie la amintirea locurilor de acasă.
4. *Însănătoşire şi acceptare*: pe măsură ce individul capătă abilitatea de a se descurca în noua societate, diferenţele sunt luate ca atare, trecute în fundalul cotidian al existenţei; acceptarea noului sistem de viaţă, integrarea în societate prin adoptarea unor elemente din noul mod de viaţă.
5. *Biculturalitatea*: individul poate trăi confortabil în ambele culturi, fără a fi stresat de schimbarea stimulilor diferiţi pe care îi primeşte din fiecare cultură. Există controverse în legătură cu posibilitatea atingerii acestui nivel.

Întoarcerea acasă, revenirea la cultura de origine poate produce *şocul cultural inversat*, caracterizat prin aceleaşi faze. Diagrama următoare este o reprezentare a şocului cultural la contactul cu o nouă cultură şi a şocului cultural inversat trăit la întoarcerea acasă:

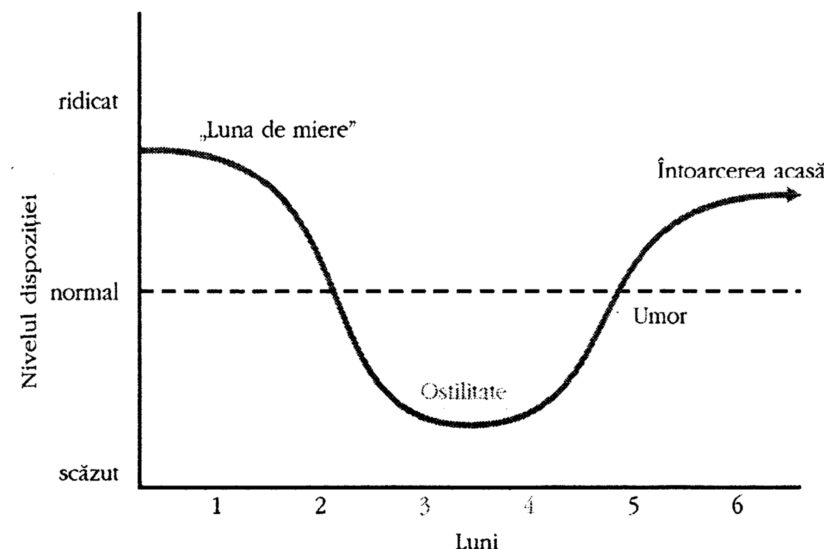


Fig. 1 – *Curba adaptării culturale*

(*Sursa*: www.ils.unc.edu/~sankd/INLS204/pg2.htm)

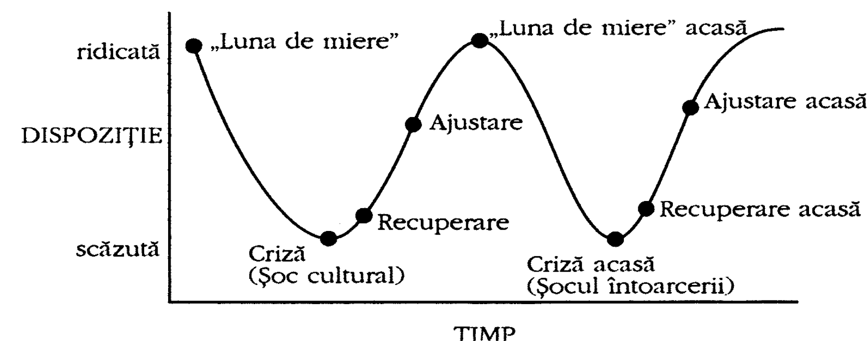


Fig. 2 – *Curba în „W" a contactului intercultural de scurtă durată*

(*Sursa*: www.soros.org/.../info/nuts_bolts?skin=printable)

Efectele şocului cultural variază de la individ la individ în privinţa intensităţii şi a consecinţelor.

1.2. *Reacţia indivizilor la şocul cultural: aculturarea şi alienarea*

Confruntaţi cu şocul cultural – cu inevitabile sentimente negative de nemulţumire, frustrare, confuzie –, indivizii pot ajunge la două tipuri de rezultate: *aculturarea* şi *alienarea culturală*. Cele două rezultate depind de atitudinile iniţiale pe care indivizii le au în momentul contactului cu noua cultură şi de strategiile de gestionare a şocului cultural.

1.2.1. Aculturarea

Aculturarea se produce când atitudinile iniţiale ale individului sunt deschidere, toleranţă, acceptare, încredere. În gestionarea sentimentelor negative produse de şocul cultural individul alege strategii integrative (a observa, a asculta, a întreba, a tolera, a se conforma, a face compromisuri etc.). În felul acesta, el va ajunge să înţeleagă noua cultură şi să se integreze sistemului ei în diverse moduri şi grade.

Aculturarea este procesul prin care indivizii/grupurile de indivizi care intră în contact direct sunt atraşi treptat de sistemul de valori şi practici ale unuia sau altuia dintre indivizi/grupuri (Redfield, Linton şi Herskovits, 1936, p. 149). Modificările în patternurile culturale originare se produc pe două direcţii: aculturarea (atragerea individului/grupului spre cealaltă cultură) şi deculturarea (pierderea de către individ/grup a unora dintre elementele culturii de origine şi înlocuirea lor cu elemente din noua cultură).

Procesul de aculturare depinde de locul, scopul şi durata contactelor dintre indivizii cu medii culturale diferite şi cunoaşte

diverse grade de manifestare. Astfel, se disting mai multe tipuri de aculturare:

a) *Colonizarea şi invazia*. Sunt forme de contact între societăţi globale. În situaţiile de colonizare, populaţia colonizatoare impune populaţiei colonizate propria cultură; este, de pildă, cazul colonizării romane în Dacia, cu efecte civilizatoare, în urma căreia s-au născut poporul român şi limba română, o limbă de origine latină. În situaţiile de invazie, membrii culturii invadate adoptă unele elemente din cultura invadatoare; este, de exemplu, cazul invaziilor pe care popoarele migratoare (hunii, cumanii, pecenegii, tătarii etc.) le-au întreprins pe teritoriul fostei Dacii, în urma cărora populaţia indigenă a adoptat unele elemente ale modului de viaţă (instrumente de lucru, elemente de vestimentaţie, tehnici de construire a adăposturilor, forme lingvistice). Se observă aşadar că între invazie şi colonizare există o diferenţă în privinţa gradului de aculturare.
b) *Aculturarea unilaterală*. Se produce în situaţii de contact între grupuri de participanţi la un eveniment (de pildă, în timpul războiului american din Irak, unii irakieni au deprins moduri de viaţă americane; soldaţii români participanţi la conflictul din Irak au dobândit obiceiuri americane de viaţă).
c) *Aculturarea bilaterală*. Se produce în cadrul contactelor stabile între grupuri naţionale inegale (de exemplu, contactele dintre elveţienii de limbă germană şi romanşi) sau egale demografic (de pildă, musulmanii şi creştinii din Liban). Membrii culturilor în contact se influenţează reciproc, în grade diferite.
d) *Aculturarea multilaterală*. Are loc în cadrul contactelor stabile între numeroase grupuri etnice înrudite din acelaşi stat (de exemplu, grupurile etnice din India, Zair) sau între grupuri etnice diverse care locuiesc pe teritoriul aceluiaşi stat (numeroasele etnii care trăiesc în Statele Unite, românii, maghiarii, germanii din România).

e) *Contactul între grupuri naţionale şi grupuri extranaţionale* (emigranţi de scurtă durată, *ex-pats*, sejurnieri, persoane care călătoresc). Grupurile minoritare observă diferenţele faţă de cultura lor de provenienţă şi preiau elemente din cultura-gazdă; gradul de aculturare depinde de durata convieţuirii cu populaţia autohtonă şi de scopul şederii în cadrul comunităţii (călătorie de afaceri, muncă, vacanţă etc.).

Atragerea la noua cultură se produce în grade diferite: parţial (adaptarea culturală) sau total (asimilarea).

Adaptarea este o transformare internă graduală a unui individ confruntat cu un mediu cultural nou, în direcţia sporirii compatibilităţii sale cu noul mediu. Este un proces dinamic, în cadrul căruia individul îşi confruntă cunoştinţele şi obişnuinţele culturale cu cele ale noului mediu, constatând diferenţe şi asemănări şi adaptându-se noului mediu din necesităţi practice legate de existenţă. Procesul de adaptare este influenţat, pe de o parte, de mediul-gazdă (receptivitatea şi toleranţa nativilor la diferenţele culturale, presiunea culturală impusă străinului în sensul adaptării), iar pe de altă parte, de predispoziţiile individuale ale celui confruntat cu o nouă cultură (fundalul cultural şi rasial al persoanei, atribute de personalitate, toleranţa pentru diversitate, gradul de pregătire pentru schimbare). În acest proces de adaptare comunicarea joacă un rol important: cu cât competenţa de comunicare a non-nativului se suprapune mai bine peste competenţa de comunicare a nativului, cu atât procesul de adaptare este mai eficient. Rezultateale adaptării culturale sunt adecvarea funcţională a individului, sănătatea lui psihică şi dobândirea unei identităţi interculturale (Kim, 1988, 2001). Adaptarea este o formă de rezolvare a diferenţelor în cadrul unui efort al individului de a-l înţelege pe celălalt. În procesul de adaptare, atitudinile comune ale interactanţilor par să conteze mai mult decât asemănările/diferenţele dintre culturi sau competenţele lingvistice. Toleranţa, receptivitatea la nou, curiozitatea interculturală, conştiinţa diferenţei, observarea diferenţelor, acceptarea diferenţelor, ascultarea atentă, atitudinea noncritică, umorul sunt atitudini care favorizează adaptarea.

Asimilarea este un proces avansat de pierdere a valorilor culturii originare şi integrarea totală în cultura dominantă (engl. *mainstream culture*).

Demarcaţia dintre aculturare şi asimilare este greu de stabilit.

1.2.2. Alienarea culturală

Alienarea culturală se produce atunci când individul are atitudini iniţiale de suspiciune, teamă, neîncredere, intoleranţă. În gestionarea şocului cultural, individul alege strategii reactive (a critica, a se retrage). Când indivizii nu sunt capabili să se adapteze la noua cultură, ei suferă un proces de alienare culturală, ce se manifestă ca proces de devalorizare a culturii-gazdă şi dorinţa de întoarcere la cultura de origine, individul având sentimente de marginalizare socială, frustrare, furie. Sentimentul „dezrădăcinării" este parte a alienării culturale.

2. Comunicarea interculturală

Comportamentele comunicative ale indivizilor sunt rezultatul interacţiunilor complexe dintre factori culturali, factori contextuali, cunoaştere şi emoţie. Modul în care comunicăm este ancorat cultural, modelat de mentalităţile, valorile, practicile, expectaţiile specifice unui grup etnic, la rândul lor create şi vehiculate în procesul comunicării. „Cultura înseamnă comunicare, iar comunicarea înseamnă cultură" (Hall, 1959, p. 186). Putem verbaliza această condiţionare complexă dintre limbă şi cultură prin termenul *limbă-cultură*. Orice modificare a factorului cultural are efect asupra comunicării dintre indivizi.

Situaţiile de comunicare la care participă indivizi proveniţi din culturi diferite se numesc *situaţii de comunicare interculturală*. În procesul comunicării interculturale, indivizi din medii culturale diferite îşi negociază identităţile culturale, regulile de semnificare, percepţiile, efectele produse în cadrul interacţiunii. De aceea, a vorbi o limbă străină, limba celuilalt, nu este o garanţie a comunicării eficiente dintre indivizi. A vorbi o limbă străină presupune mai mult decât a-ţi însuşi regulile de structură şi vocabularul limbii respective: înseamnă a vehicula semne şi simboluri în maniera validată de cultura respectivă. „Dacă învăţăm limba celuilalt, dar nu şi cultura lui, riscăm să ne facem de râs fluent" (Sukwiwat, 1981, *apud* FitzGerald, 2003).

Configuraţia schimburilor verbale variază în funcţie de identitatea culturală şi lingvistică a indivizilor care iau parte la interacţiune. Exemple care să ilustreze acest fenomen apar în FitzGerald (2003), de unde vom cita următoarele dialoguri pentru a ilustra un tip de diferenţă, gestionarea accesului la cuvânt în grupuri interculturale diferite[1]:

Grupul 1 (Tema de discuţie: Transplantul de inimă. Participanţi: *Jack*, australian vorbitor nativ de engleză; *Asmahan*, femeie din Orientul Mijlociu; *Yolanda*, femeie din America Latină; *Doai*, bărbat din Asia de Sud-Est)

Jack: Am lucrat în toată Australia. Am lucrat ca îngrijitor de turme.
Doai: Tu (*pauză*) îngrijitor de turme?
Jack: Un fel de cow-boy.
Doai: [Cow-boy]
Asmahan: A...]
Jack: x dar am lucrat în Nord, [adunam turmele]

1. Traducerea îmi aparţine – după FitzGerald (2003, pp. 115-116). Semnele folosite, aceleaşi cu cele din original, indică: xxx – secvenţe neînţelese de persoana care a realizat transcrierile de pe bandă; [...] notează suprapunerile dintre interlocutori.

Doai: [(xxx)] de cai?
Jack: Da, da, de cai.
Yolanda: xxx plac caii
Asmahan: Îmi plac caii, da
Yolanda: Mai demult [am călărit]
Asmahan: [I-am spus] soţului meu vreau să merg undeva şi să... dar n-a ştiut şi vreau să merg [xxx]
Doai: [Dar ai] călărit vreodată? [Ai călărit vreodată?]
Jack: [E un loc]
Asmahan: [Nu, mi-ar plăcea]
Yolanda: Am călărit o dată

Se observă că vorbitorul nativ produce enunţuri elaborate, complexe, clare, îşi reţine replica atunci când este întrerupt, nu întrerupe. Se observă cum Doai tinde să reflecte discursul interlocutorului, ca formă de colaborare comunicativă, repetă secvenţele peste care au existat suprapuneri. Ashman are tendinţa de a-şi întrerupe interlocutorul vorbind odată cu el, de a-şi păstra cuvântul pentru o intervenţie mai lungă. Per ansamblu, interacţiunea se constituie din replici scurte, cu multe întreruperi şi propoziţii neterminate, cu multe suprapuneri având rolul de a marca dorinţa de clarificare şi de colaborare a interlocutorilor.

Grupul 2 (Tema de discuţie: Transplantul de inimă. Participanţi: *Jill*, australiancă, vorbitoare nativă de engleză; *Elvid*, bărbat din Europa de Est; *Paloma*, femeie din America de Sud; *Anh*, femeie din Asia de Sud-Est):

Jill: De fapt, şi eu m-am gândit... ăăă la numărul cinci, bărbatul din Rusia, care de asemenea este conectat la un plămân şi la o inimă artificială
Elvid: Da, şi eu
Jill: şi are şi trei copii
Elvid: Da.
Jill: şi asta a contat că, [ştii, l-am pus]
Paloma: [Şi eu l-am pus] tot primul. Dar nu pentru că are trei copii. Încerc să gândesc cu capul, nu cu inima.
....

Jill: ——— deci... adică tu crezi că numărul doi e cel mai bolnav sau numărul [cinci care]
Paloma: [nu e] important să dai inima
Elvid: [numărul unu]. Numărul unu e cel mai bolnav
Paloma: [celui xxxx ci celui care mai] are şanse să trăiască după aceea. Care este în cea mai bună stare pentru a trăi cu acea inimă.

Şi în acest grup se observă că vorbitorul australian întrerupe puţin şi cedează imediat cuvântul când este întrerupt de interlocutor, lăsându-l pe acesta să continue. Elvid întrerupe rar şi are tendinţa de a-şi exprima acordul cu interlocutorul, în timp ce Paloma întrerupe cel mai frecvent, pe cea mai lungă durată de timp, îşi continuă ideea fără a se opri, deşi se suprapune cu celălalt interlocutor, are cele mai lungi şi elaborate intervenţii. Per ansamblu, interacţiunea este dominată de Paloma, secondată de Jill, care, în ciuda tendinţei de a-şi dezvolta ideile, se întrerupe imediat ce un alt vorbitor îşi anunţă intenţia de a lua cuvântul, în timp ce Elvid are contribuţii mai scurte, mai puţin importante în plan informaţional, care se suprapun puţin cu ale interlocutorului; Paloma tinde să fie argumentativă şi conflictuală, în timp ce Elvid pare mai degrabă să accentueze consensul de grup.

Comparaţia dintre cele două dialoguri pune în evidenţă, pe de o parte, elemente constante de comportament verbal ale unor indivizi proveniţi din anumite zone culturale, iar, pe de altă parte, ilustrează configuraţii distincte ale interacţiunii în funcţie de stilurile comunicative ale interactanţilor din grup.

În situaţiile de comunicare interculturală pot apărea bariere de comunicare, neînţelegeri provocate de diferenţele comportamentale/perceptuale/de semnificare existente între indivizii proveniţi din culturi diferite, precum şi de activarea stereotipurilor (negative). Neînţelegerile, interpretările greşite, rupturile de comunicare sunt o trăsătură inerentă a comunicării interculturale.

În plan interacţional, diferenţele dintre membrii unor grupuri etnice se reflectă în stilul cultural de comunicare. Indivizi proveniţi din culturi diferite au stiluri de comunicare diferite: recurg la alte reguli gramaticale şi norme pragmatice, având expectaţii comunicative de alt tip. Când se află într-o situaţie de comunicare interculturală, vorbitorii au tendinţa de a aplica normele lingvistice şi resursele pragmatice ale limbii-culturii materne, având expectaţii comunicative diferite de ale interlocutorului. Acest transfer poate fi pozitiv (în măsura în care cele două limbi-culturi se aseamănă) sau negativ (acolo unde cele două limbi-culturi se deosebesc). Transferul negativ dă naştere neînţelegerilor dintre interlocutori. Acestea pot fi superficiale, interlocutorii rezolvându-le uşor sau acordându-le atenţie minimă; pot conduce la probleme de adaptare reciprocă între interlocutori (stres intercultural); pot produce grave conflicte de comunicare.

Studiile au pus în evidenţă faptul că nativii tolerează greşelile de limbă (lexicale şi gramaticale) ale străinilor, dar recurg foarte repede la stereotipuri negative legate de interlocutorii care nu respectă regulile interacţionale validate de cultura-gazdă. În acest mod explică Tannen (1980) stereotipurile negative aplicate evreilor din New York („agresivi şi ofensivi"), iar Young (1994) – stereotipurile aplicate chinezilor („impenetrabili şi evazivi").

Lingvista de origine poloneză Anna Wierzbicka[1] face mărturisiri (1997, pp. 119-121) despre „viaţa dublă" pe care a trăit-o când a trebuit să se adapteze la limba-cultura anglo-australiană şi despre sentimentul, pe de o parte, că îşi trădează limba maternă, iar pe de altă parte, că personalitatea ei se îmbogăţeşte din contactul cu un nou sistem de valori. A învăţat că trebuie „să se calmeze", să fie mai puţin „tăioasă" şi „directă", „mai puţin

1. Anna Wierzbicka s-a născut în Polonia şi este în prezent profesor de lingvistică la Universitatea Naţională din Australia. Studiile ei de pragmatică, semantică, antropologie şi comunicare interculturală sunt cunoscute şi apreciate în lume.

entuziastă", „mai puţin categorică" în idei şi mai ales în exprimarea lor; a deprins stilul „anglo" de temperare a afirmaţiilor (engl. *understatement*), în locul exprimărilor hiperbolice şi emfatice din limba poloneză; a renunţat să mai fie dogmatică (impunând ideile ei celorlalţi), argumentativă sau excesiv implicată afectiv; a învăţat cum să-şi păstreze cuvântul în dialog (*N-am terminat*; *Lasă-mă să termin*), să înlocuiască imperativele (*Fă cutare lucru!*) cu structuri interogative de diverse tipuri (*Ai putea, te rog, să...?*; *Ai vrea să...?*; *Te superi dacă te rog să...?*; *De ce n-am face...?*; *Ce zici de...?*). Totuşi nu a reuşit niciodată să joace jocul *How are you?/ I'm fine, how are you?*, să-şi înceapă conversaţiile vorbind despre vreme, să flecărească sau să spună „minciuni albe" şi nici să spună *Mi-a părut bine că te-am văzut* pentru că nu putea fi suficient de spontană şi nici nu putea să-şi ia aerul individualist pe care astfel de formule ritualice îl presupun. „Pe de altă parte, am învăţat să folosesc – şi chiar savurez – unele strategii conversaţionale anglo de tipul *Sunt de acord cu tine, pe de altă parte însă, trebuie să recunoşti că...*, în loc să spun simplu *Nu*."

Experienţele de comunicare interculturală îl ajută pe individ să cunoască şi să aprecieze alte culturi, dar totodată să-şi înţeleagă mai bine propria cultură.

Mai multe elemente pot afecta comunicarea interculturală, ducând la neînţelegeri şi chiar conflicte interculturale: etnocentrismul, activarea stereotipurilor şi a prejudecăţilor, predispoziţiile cognitive, identitatea socială, emoţia.

Etnocentrismul, caracteristic oricărui grup cultural, este tendinţa care îl face pe individ să se plaseze „în centrul universului", să evalueze din perspectiva normelor şi a valorilor propriei culturi toate celelalte forme de manifestare exterioare culturii sale. Totodată, etnocentrismul îl determină pe individ să considere normele şi valorile societăţii sale ca fiind bune, superioare altora, morale, adecvate, normale, exagerând astfel diferenţele faţă de alte grupuri culturale şi trecând cu vederea asemănările, valorizând negativ comportamentele deviante de la propriile norme, dezvoltând sentimente negative faţă de ceilalţi (ostilitate, dispreţ, neîncredere). Culturile prezintă diverse grade de etnocentrism: culturile orientate spre toleranţă, armonie şi valorizarea diferenţei au un nivel scăzut de etnocentrism, în timp ce culturile exagerat orientate spre trecut şi tradiţie sau care perpetuează sentimentul superiorităţii prezintă un nivel ridicat de etnocentrism[1].

În general, stereotipurile (vezi capitolul II, „Stereotipurile culturale") sunt puncte de sprijin în comunicarea interculturală, oferind interactanţilor puncte de pornire pentru reducerea incertitudinii comunicative. Problemele de comunicare apar atunci când caracterizările stereotipe sunt absolutizate şi devin bariere în interacţiune, în negocierea semnificaţiei şi a relaţiei.

Activarea stereotipurilor atrage după sine activarea prejudecăţilor şi a predispoziţiilor cognitive. Prejudecăţile sunt în lumea contemporană mai puţin de natură etnică şi rasială privind o presupusă inferioritate biologică, cât mai ales legate de sistemul de valori al celuilalt. Predispoziţiile cognitive afectează modul în care indivizii procesează informaţia primită de la celălalt (ce informaţie este percepută, cum este integrată în sistemul celorlalte informaţii, stocată în memorie şi utilizată în procesarea informaţiilor). Felul în care îi judecăm pe ceilalţi depinde de prejudecăţile şi predispoziţiile noastre cognitive.

Tendinţa indivizilor de a-şi construi o identitate socială şi de a-şi păstra o imagine favorabilă în cadrul comunităţii din care fac parte îi determină să-i evalueze pozitiv pe membrii propriului grup şi negativ pe membrii altor grupuri. În acelaşi timp, cu cât identitatea de grup a unui individ este mai puternică, cu atât mai

1. Un exemplu hazliu de etnocentrism apare într-o comedie romantică americană din anul 2002. Tatăl eroinei, grec de origine, are tendinţa de a exagera superioritatea culturii sale în raport cu cea americană. Următorul dialog este relevant: „– Spune-mi orice cuvânt şi îţi voi demonstra că are rădăcină grecească!/– Zău, ce zici de cuvântul *kimono*?".

mult acesta are tendinţa de a aplica judecăţi uniforme în raport cu membrii altor grupuri. Totodată, cu cât identificarea unui individ cu grupul său este mai puternică, cu atât mai clar va percepe diferenţele dintre grupul său şi grupuri străine.

Comunicarea dintre membrii unor culturi diferite este afectată negativ de emoţii negative precum anxietate, dispreţ etc. şi pozitiv de emoţii pozitive precum interes pentru cultura celuilalt, apreciere, toleranţă. Totodată, pentru reducerea incertitudinii în comunicarea interculturală, membrii culturilor individualiste se sprijină pe informaţiile pe care le extrag din interacţiunea cu indivizi determinaţi, în timp ce membrii culturilor colectiviste se sprijină pe informaţii venite de la alţi membri ai grupului lor sau ai celuilalt grup.

Cercetările de comunicare interculturală au evidenţiat modalităţi prin care indivizii pot preîntâmpina problemele de comunicare generate de cauzele prezentate aici (pentru o sinteză, vezi Gudykunst, 2003, pp. 111-126). Printre aceste modalităţi se numără : cunoaşterea corectă şi aprofundată a valorilor şi regulilor specifice altor culturi, evitarea stereotipurilor, evitarea predispoziţiilor cognitive prin procesarea efectivă a stimulilor veniţi din exterior şi formarea unor atribute interne, evitarea identificării foarte puternice cu grupul şi integrarea propriei identităţi unor supragrupuri regionale, de preocupări etc., observarea în primul rând a asemănărilor, nu a deosebirilor faţă de ceilalţi, promovarea unor atitudini şi comportamente pozitive faţă de străini, gestionarea anxietăţii şi a incertitudinii prin dezvoltarea unor strategii personale de reducere a incertitudinii, empatizarea cu interlocutorul, stabilirea unor contacte de durată, profunde cu membrii altor culturi, formarea unor atitudini noncritice.

În concluzie,

> comunicarea interculturală este un proces prin care se creează şi se menţin graniţe culturale sau prin care se fac punţi peste graniţele dintre diverse grupuri (Yum, 1984, *apud* Gudykunst 2003, p. 264).

Comunicarea interculturală prezintă următoarele trăsături : a) este o formă restrânsă de comunicare, cu un conţinut informaţional redus, în care indivizii manifestă dorinţă limitată de interacţiune, gradul de interes interpersonal fiind direct proporţional cu anticiparea unor întâlniri viitoare ; b) se caracterizează printr-un grad ridicat de ambiguitate şi incertitudine, în măsura în care se solicită interlocutorului informaţie puţină şi sunt activate stereotipurile, predicţiile fiind blocate parţial de dezinteres, parţial de stereotipuri ; c) indivizii manifestă încredere scăzută în elaborarea atributelor şi anticiparea unor presupuse motivaţii.

3. Competenţa de comunicare interculturală

Pentru a putea comunica eficient cu membrii altor culturi, individul are nevoie să-şi dezvolte competenţa de comunicare interculturală.

În linii generale, acest tip de competenţă reprezintă capacitatea individului de a se adapta stilului comunicativ specific altei culturi, de a gestiona eficient, cu succes, situaţiile de comunicare interculturală :

> Abilitatea de a funcţiona într-o manieră percepută de celălalt ca relativ convergentă cu nevoile, capacităţile, scopurile şi aşteptările indivizilor care interacţionează, în paralel cu satisfacerea nevoilor, motivaţiilor, capacităţilor, scopurilor şi aşteptărilor personale (Ruben, 1976, p. 336).

Competenţa de comunicare interculturală se defineşte pe trei dimensiuni : a) capacităţile şi abilităţile interne ale individului ; b) rezultatele comunicării ; c) atitudinile individuale.

Prima dimensiune vizează capacităţile şi abilităţile interne globale ale individului de a facilita procesul de comunicare, de

a participa cu succes la un eveniment comunicativ intercultural, de a gestiona eficient schimburile verbale care au loc în diferite contexte, de a se adapta stresului comunicativ pe care îl presupun diferenţele şi lipsa de familiaritate cu o cultură, alta decât cea de origine (Kim, 1988). Sunt implicate capacităţile cognitive, afective şi operaţionale ale individului. *Capacităţile cognitive* privesc complexitatea cognitivă a individului, modul în care acesta operează categorizările sociale (categorizări restrânse sau largi), gradul de rigiditate/flexibilitate cognitivă, capacitatea de relativizare a perspectivei în interpretarea stimulilor externi şi interni, orientarea spre cunoaştere, receptivitatea la diferenţele culturale. *Capacităţile afective* vizează predispoziţiile motivaţionale şi atitudinale, adaptabilitatea, motivaţia de adaptare, atitudinea eului faţă de celălalt, toleranţa faţă de ambiguitate, capacitatea de empatizare, capacitatea de distanţare psihologică, gradul de anxietate în întâlnirile intergrup, gradul de evitare a incertitudinii, etnocentrismul, prejudecăţile şi stereotipurile, încrederea, prietenia, cooperarea, calmul, autocontrolul de care individul e capabil să dea dovadă în situaţii de stres. *Capacităţile operaţionale* privesc complexitatea şi flexibilitatea comportamentală a individului, capacitatea lui de adaptare comunicativă, abilitatea de a elabora mesaje cu grade diferite de complexitate, de a echilibra orientarea spre sine cu orientarea spre interlocutor, de a gestiona adecvat relaţiile interpersonale, capacitatea de implicare interacţională, abilităţile de ascultare activă, capacitatea de autodezvăluire, abilităţile descriptive, de exprimare a emoţiilor, de negociere, de afiliere, de reciprocitate în relaţiile interpersonale, de concentrare.

Cea de-a doua dimensiune vizează judecăţi ale interlocutorilor privind eficienţa, acurateţea, adaptarea contextuală a comportamentului comunicativ al unui individ într-o situaţie particulară de interacţiune. Competenţa de comunicare intraculturală se măsoară prin gradul în care un individ şi-a însuşit regulile de comunicare specifice culturii cu care intră în contact.

A treia dimensiune, a atitudinilor, presupune deschidere şi interes pentru noutate, dorinţa de a înţelege nevoile celorlalţi, atenţie în observarea diferenţelor, acceptarea diferenţelor, disponibilitatea de a adopta comportamente comunicative variate, dorinţă de învăţare, reţinerea emoţiilor negative faţă de interlocutori care au comportamente diferite de cele ale propriei persoane, ascultare activă, umor, creativitate, încredere.

Determinarea/judecarea competenţei de comunicare interculturală se face în funcţie de doi parametri: *eficienţa* şi *adecvarea*. Comunicarea (interculturală) este eficientă când indivizii reuşesc să-şi atingă scopurile propuse şi este adecvată când indivizii cunosc şi respectă constrângerile impuse comportamentelor comunicative de seturi diverse de reguli. Combinarea celor doi parametri conduce la patru stiluri de comunicare interculturală cu rezultate diferite (Spitzberg, 2000, *apud* Gudykunst, 2003, p. 193):

a) *comunicarea minimală* are trăsăturile [– eficienţă, – adecvare] şi este de calitate scăzută;
b) *comunicarea suficientă* are trăsăturile [– eficienţă, + adecvare], respectă constrângerile sociocontextuale, dar nu contribuie la atingerea unor scopuri (inter)personale;
c) *comunicarea maximală* are trăsăturile [+ eficienţă, – adecvare]; prin intermediul acestui tip de comunicare individul îşi atinge scopurile personale, dar neglijează regulile de adecvare sociocontextuală prin agresivitate verbală, machiavelism, înşelătorie, încălcarea drepturilor altora;
d) *comunicarea optimă* are trăsăturile [+ eficienţă, + adecvare]; interlocutorii îşi ating scopurile personale recurgând la un comportament verbal şi nonverbal adecvat situaţiei de comunicare.

O parte importantă a competenţei de comunicare interculturală o reprezintă capacitatea individului de negociere a identităţii sale culturale. Cupach şi Imahori (1993, *apud* Gudykunst, 2003) sunt de părere că, deşi indivizii au identităţi sociale diferite, ei se angajează în acest tip de negociere datorită dorinţei umane universale de promovare a unei imagini personale favorabile,

acceptată de interlocutor; cum partenerii de interacţiune se cunosc puţin, ei vor avea tendinţa să se angajeze în procese de negociere a identităţii pe baze interpersonale, deci măsurabile prin eficienţa comunicării şi rezultatele obţinute. Din negociere rezultă o identitate relaţională.

În acest proces, un rol important îl joacă limba. Indivizii îşi afirmă şi îşi negociază identitatea prin limbă. Folosirea limbii în procesul de negociere a identităţii culturale este influenţată de vitalitatea etnolingvistică (Giles, Bourhis, Taylor, 1977). Vitalitatea etnolingvistică este determinată de: a) aspecte obiective care influenţează comportamentul lingvistic al unui grup etnic şi asigură supravieţuirea lui: statutul (puterea economică, stima de sine, mândria istorică, recunoaşterea şi respectul internaţional), baza demografică (concentrarea demografică, căsătorii în cadrul grupului, rata scăzută de emigrare, rata crescută a natalităţii), sprijinul instituţional (reprezentarea limbii în cadrul instituţiilor) şi b) percepţia subiectivă a vitalităţii.

Competenţa de comunicare interculturală se dobândeşte prin învăţare: individul învaţă să înţeleagă diferenţele dintre culturi şi să acţioneze asupra lor pentru a rezolva eficient problemele zilnice cu care se confruntă oamenii. În procesul de învăţare interculturală sunt implicate activităţi complexe precum: cunoaşterea aspectelor teoretice legate de comunicarea interculturală, observarea atentă a asemănărilor şi deosebirilor dintre propria cultură şi cultura-ţintă, înţelegerea şi explicarea diferenţelor, autoanaliza şi reflecţia, viaţa în medii culturale diverse. Clyne (1994, p. 195, *apud* FitzGerald, 2003, p. 172) notează:

> Aceia care sunt buni comunicatori interculturali ştiu să se exprime într-un stil cultural neutru şi ştiu ce întrebări să pună pentru a rezolva potenţialele neînţelegeri care ar afecta comunicarea.

Kim (1986, *apud* Gudykunst, 2003, p. 179) este de părere că există o corelaţie între eterogenitatea relaţiilor de comunicare ale individului în cadrul grupului său şi competenţa de comunicare

cu membrii din afara grupului: cu cât relaţiile de comunicare ale individului în cadrul grupului sunt mai eterogene, cu atât competenţa sa de comunicare cu persoane din afara grupului (în particular, competenţa de comunicare interculturală) este mai mare.

În paralel cu învăţarea, o serie de cunoştinţe şi abilităţi personale favorizează dezvoltarea competenţei de comunicare interculturală: cunoaşterea particularităţii culturii cu care se interacţionează, fluenţa în limba-gazdă, capacitatea vorbitorului de a observa şi înţelege diferenţele de comunicare, gradul de autocunoaştere şi cunoaştere a celuilalt, capacitatea de a face predicţii corecte, deschidere şi interes pentru noutate, capacitate de automonitorizare, complexitate cognitivă, abilitatea de a rezolva probleme, sensibilitate interculturală, relaxare socială, sentimente pozitive faţă de cultura celuilalt, capacitate de empatizare, capacitate de decodare a semnelor nonverbale, flexibilitate comportamentală etc. (vezi Gudykunst, 2003, p. 203).

Comunicarea interculturală presupune deci adoptarea unor strategii speciale de interacţiune. Bowe şi Fernandez (1996, *apud* FitzGerald, 2003, p. 172) identifică şase strategii comunicative utile în situaţii de comunicare interculturală:

a) *Colaborarea interlocutorilor*, astfel încât fiecare să se asigure că mesajul a fost corect transmis şi înţeles: vorbitorul va segmenta mesajul în enunţuri scurte, va face pauze pentru a da timp interlocutorului să-i transmită un feedback; interlocutorul va repeta informaţia pentru a se asigura că a receptat corect mesajul şi va folosi întrebări pentru clarificarea porţiunilor problematice din mesaj.
b) *Crearea unui spirit pozitiv de echipă*: atenuarea actelor de vorbire prin care interlocutorului i se creează obligaţii sau care i-ar putea afecta imaginea publică (de pildă, directive, plângeri), evitarea confruntărilor directe, solicitarea cooperării exprimând deschis teama de unele neînţelegeri generate de un sistem cultural diferit de valori.

c) *Atenţie la posibile diferenţe culturale*: interlocutorii vor avea în vedere posibile diferenţe în sistemul cultural de valori şi faptul că aceste diferenţe pot afecta modul de comunicare.
d) *Adaptare interacţională*: interlocutorii vor respecta luarea de cuvânt a interlocutorului, neîntrerupând şi producând intervenţii de dimensiuni aproximativ egale cu ale interlocutorului.
e) *Vorbire simplă*: indiferent de limba comună folosită în interacţiune, vorbitorii ar trebui să se limiteze la un vocabular restrâns şi la structuri gramaticale simple, pentru a evita confuzii şi complicaţii suplimentare, determinate de niveluri diferite de cunoaştere a limbii de interacţiune.
f) *Evitarea structurilor negramaticale, nenaturale, neconforme limbii de interacţiune*: simplificările exagerate, bazate pe incorectitudine gramaticală şi destructurarea mesajului (*Me, Tarzan, you, Jane*), aşa-numita „vorbire a străinului" (engl. *foreigner talk*), îngreunează înţelegerea.

Byrne şi FitzGerald (1996, *apud* FitzGerald, 2003, p. 173) au făcut distincţie între: (a) strategii generale, recomandate în majoritatea situaţiilor de comunicare interculturală; şi (b) strategii suplimentare, recomandate în situaţiile în care interlocutorul nu stăpâneşte foarte bine limba de interacţiune. Tabelul de mai jos sintetizează strategiile recomandate de cei doi autori.

(a) Strategii generale	**(b) Strategii suplimentare**
Comunicaţi interlocutorului orice diferenţă culturală de comunicare despre care aveţi impresia că ar putea împiedica desfăşurarea eficientă a interacţiunii!	
Dacă apar neînţelegeri, reformulaţi enunţul, nu îl repetaţi!	
Clarificaţi cu interlocutorul intenţiile din spatele enunţurilor dumneavoastră, având în vedere că interlocutorul s-ar putea să nu împărtăşească aceeaşi viziune asupra realităţii sau acelaşi mod de a comunica un conţinut!	
Să vă aşteptaţi la faptul că interlocutorul ar putea formula ideile altfel decât dumneavoastră!	
Folosiţi elemente de umplutură (*ăăăă*; *adicăăă*; *vreau să spuunn*; *aşaaa*...) pentru a evita pauzele lungi atunci când nu aţi terminat tot ce aveaţi de spus!	
Atenuaţi enunţurile cu efecte negative asupra interlocutorului!	
	Nu segmentaţi unităţile de conţinut!
	Repetaţi ideile importante sau dificile, asiguraţi-vă că mesajul a fost corect înţeles de interlocutor!
	Semnalaţi interlocutorului în mod explicit atunci când urmează o parte importantă sau dificilă a mesajului dumneavoastră (*Fiţi atent acum*; *E foarte important să înţelegeţi ce spun în continuare*; *Şi acum ideea centrală a mesajului meu* etc.)!
	Formulaţi enunţuri simple şi corecte, fără balast!

4. Identitatea interculturală

Identitatea pe care şi-o construiesc indivizii în întâlnirile interculturale (adică dintre membrii unor culturi diferite) se numeşte *identitate interculturală*. Pus în situaţia de a comunica frecvent cu membrii altor culturi, individul dobândeşte o personalitate interculturală care, în linii generale, corespunde evoluţiei de la etnocentrism la acceptarea şi aprecierea altor culturi, a diferenţelor dintre ele.

În cazul particular al comunicării interculturale, abilitatea de negociere a identităţii este parte a competenţei de comunicare interculturală. Negocierea identităţii în întâlnirile interculturale cunoaşte trei faze ciclice: a) „încercare şi eroare" (engl. *trial and error*), când interlocutorii se studiază reciproc pentru a observa diferenţele, dar mai ales asemănările pe care îşi pot fundamenta comunicarea; b) construirea identităţii relaţionale, când interlocutorii proveniţi din culturi diferite ajung la o bază mutual acceptabilă

pentru dezvoltarea relaţiei, deşi identităţile culturale ale interactanţilor sunt divergente; c) renegocierea identităţilor culturale pe baza identităţii relaţionale emergente (Cupach şi Imahori, *apud* Gudykunst, 2003, pp. 175-178).

Ting-Toomey (1999) elaborează o teorie a negocierii identităţii în 20 de propoziţii: (1) cu cât autoidentificările indivizilor sunt mai securizante, cu atât aceştia sunt mai deschişi la interacţiunea cu membrii altor culturi; (2) cu cât indivizii îşi percep identitatea mai vulnerabilă, cu atât sunt mai reticenţi la comunicarea cu membrii altor culturi şi trăiesc mai puternic sentimentul anxietăţii; (3) vulnerabilitatea indivizilor este determinată de nevoia individului de securitate; (4) cu cât indivizii resimt mai puternic sentimentul incluziunii în grup, cu atât apreciază mai mult apartenenţa la acesta şi delimitarea lui de altele; (5) cu cât indivizii resimt mai puternic nevoia de a se delimita de ceilalţi membri ai grupului, cu atât mai mult au tendinţa de a se plasa la distanţă de ceilalţi membri ai acestuia; (6) abilitatea indivizilor de a-şi negocia identitatea depinde de abilitatea individuală de gestionare a raportului dintre securitatea percepută şi vulnerabilitatea percepută; (7) abilitatea indivizilor de a-şi negocia identitatea depinde de abilitatea individuală de gestionare a raportului dintre nevoia personală de includere în grup şi cea de diferenţiere de grup; (8) cu cât sunt mai securizante autoidentificările unui individ, cu atât mai mare este coerenţa identităţii; (9) cu cât sunt mai securizante autoidentificările unui individ, cu atât mai mare este stima de sine; (10) cu cât stima de sine a individului este mai mare, cu atât mai mare este eficienţa lui în gestionarea situaţiilor de comunicare interculturală; (11) cu cât stima apartenenţei la grup a individului este mai mare, cu atât mai mare este eficienţa lui în gestionarea situaţiilor de comunicare interculturală; (12) gradul de motivare a individului de a comunica cu străini influenţează gradul de inventivitate în căutarea resurselor comunicative; (13)-(14)-(15) cu cât resursele cognitive, afective şi comportamentale ale individului sunt mai mari, cu atât negocierea identităţii este mai eficientă; (16)-(17)-(18) cu cât resursele comunicative ale individului sunt mai mari, cu atât mai eficienţi sunt indivizii în confirmarea identităţii, în coordonarea cu interactantul, în armonizarea cu acesta; (19)-(20) cu cât resursele individuale de comunicare sunt mai mari, cu atât mai flexibili sunt indivizii în construirea unor scopuri interacţionale comune şi în dezvoltarea intercomprehensiunii şi a unor semnificaţii identitare comune (prezentare făcută după sinteza din Gudykunst, 2003, pp. 177-178).

Collier şi Thomas (1988) elaborează o teorie a negocierii identităţii interculturale în şase asumpţii, cinci axiome şi o teoremă. *Asumpţii*: (1) prin discurs, indivizii negociază identităţi multiple; (2) comunicarea interculturală presupune asumarea şi acceptarea discursivă a unor identităţi culturale diferite; (3) competenţa de comunicare interculturală presupune gestionarea coerentă a semnificaţiei, respectarea regulilor adecvate şi obţinerea unor rezultate comunicative pozitive; (4) competenţa de comunicare interculturală presupune negocierea semnificaţiilor partajate, a regulilor, a rezultatelor pozitive; (5) competenţa de comunicare interculturală presupune validarea identităţilor culturale; (6) identităţile culturale variază în funcţie de domeniul identităţii (engl. *scope*, numărul indivizilor care împărtăşesc identitatea respectivă), vizibilitate (engl. *salience*, importanţa pe care identitatea o are în cadrul unui proces de comunicare dat), intensitate (engl. *intensity*, puterea cu care identitatea este comunicată celorlalţi participanţi la interacţiune) (pentru o imagine sintetică asupra identităţii şi negocierii identităţii, vezi Gudykunst, 2003). Cele cinci *axiome* fundamentate pe aceste şase asumpţii sunt: (a) cu cât diferenţa dintre norme şi semnificaţii este mai mare, cu atât gradul de interculturalitate implicat în comunicare este mai mare; (b) cu cât competenţa de comunicare interculturală a indivizilor este mai mare, cu atât capacitatea de gestionare a relaţiei de comunicare este mai mare; (c) cu cât diferenţa dintre identităţile culturale este mai mare, cu atât gradul de interculturalitate al contactului este mai mare; (d) cu cât există o potrivire mai mare între particularităţile identităţii culturale atribuite de vorbitor

interlocutorului şi particularităţile asumate de interlocutorul însuşi, cu atât gradul de competenţă interculturală este mai mare; (e) referinţele lingvistice la identitatea culturală prezintă variaţie sistematică şi convergentă cu factorii sociocontextuali, precum participanţii la interacţiune, episodul interacţional, temă etc. *Teorema* sintetizează: cu cât identităţile culturale sunt asumate într-o mai mare măsură, cu atât mai importante devin în raport cu alte tipuri de identitate (pentru o sinteză, vezi Gudykunst, 2003, p. 178).

Exerciţii. Aplicaţii

1. Dacă aţi avut ocazia să călătoriţi în străinătate, povestiţi felul în care aţi interiorizat şocul cultural, întâlnirea cu o cultură care nu vă era familiară. Ce reacţii aţi avut? Ce aţi simţit? Ce aţi gândit? Aţi reuşit să vă adaptaţi? În ce mod?
2. Ce credeţi despre dumneavoastră? Aveţi competenţă de comunicare interculturală? Argumentaţi punctul de vedere pornind de la datele prezentate în acest capitol.
3. Identificaţi şi explicaţi neînţelegerile apărute în următoarea situaţie de comunicare interculturală:

CHIUVETA

Discuţie la Primărie. A: reclamant (m., bătrân, englez). B: funcţionar la primărie (f., tânără, de origine asiatică, vorbeşte fluent engleza).

A: l-am căutat pe instalator pe şantier
B (*priveşte în jos, apoi priveşte spre A*): daaa
A: în afara oraşului... acum am venit la dumneavoastră
B (*se apleacă spre A*)

A: am luat număr de audienţă... aveţi pe listă. 76.
B: da
A: pentru... pentru reparaţia la chiuvetă, da?
B (*dă uşor din cap fără a spune nimic*)
A (*în mod evident, A aşteaptă ceva în plus*): ... şi ăăăă... am mai fost la dumneavoastră acum câteva săptămâni (*se ridică în vârful picioarelor şi arată cu capul spre un alt funcţionar de la un ghişeu alăturat*) domnu' mi-a spus că o să trimită un instalator
B: am să verific, da? (*se ridică şi pleacă de la ghişeu fără a aştepta vreun răspuns de la bătrân*)
A (*cu gura căscată, urmăreşte cu privirea pe B, apoi îşi roteşte privirea în jur până îi cad ochii pe un alt funcţionar, la care se uită*) hm, a naibii treabă (*continuă să privească în jur, căutând pe cineva să îi dea un răspuns, apoi continuă pe ton ridicat, ca şi cum nu s-ar fi întrerupt*) au venit şi s-au uitat şi nu au făcut nimic
B (*se uită în jos căutând ceva într-un registru, fără a se uita la A*)
A: şi ne-au lăsat cu chiuveta aia găurită (*se apleacă spre B, îşi sprijină bărbia în palme*) n-au lipit-o (*se îndreaptă*) au lăsat-o aşa (*arată cu degetul spre B*) şi i-am anunţat din ianuarie că e găurită, din prima săptămână a lui ianuarie (*vădit iritat*) e inadmisibil (*dă din cap enervat*)
B (*se uită prin hârtii, apoi pe monitorul computerului*)
A: te-ai mai uitat o dată pe computer când am venit
B (*se mai uită o dată prin hârtii, se ridică de la birou şi pleacă, se întoarce, se aşază*)
A (*priveşte uluit în jur*)
B: staţi la numărul 66, da? (*cu ochii în foaie*)
A: a fost inspectorul acum câteva luni şi a văzut (*uitându-se fix la B*)
B: da, procesul-verbal e aici
A: da

B (*se îndreaptă spre A, se uită la A*): trimit instalatorul săptămâna asta să o repare (*lasă capul în jos*)
A (*parcă aşteptând ceva, neîncrezător*): daaa?
B (*se uită în hârtii şi scrie*)
A: îi spuneţi dumneavoastră unde să vină, da?
B (*scotoceşte printre hârtii, scrie ceva*)
A (*ridică o mână, murmură ceva*)
B (*se ridică de la birou, dă un telefon, se aşază*): totul e în ordine
A (*ridică brusc capul, deschide gura, uimit de acest răspuns, se ridică, iese fără a spune o vorbă*)

4. Caracterizaţi interacţiunea verbală prezentată mai jos:

TURC ŞI CERŞETOR

Dialog între un turc (T), care vorbeşte fluent germana, şi un cerşetor german (G).

T: ziua bună
G: ziua bună
T: scuză-mă că te întreb, nu ai niciun sprijin financiar de la Consiliul local?
G: nu, am... sunt sub nivelul de subzistenţă, am 405 euro pensie, plus compensaţie pentru accident, mi s-a aprobat, dar încă nu am primit-o
T: nu iei nimic de la asigurări sociale?
G: nu, nu
T: păcat du-te şi încearcă să obţii ceva
G: da, îmi...
T: pe frigul acesta eşti aşa subţire îmbrăcat...
G: îmi dau un ajutor de 84 de euro, asta e tot
T: 84 de euro?
G: da

T: pe lună sau cum?
G: da, pe lună.
T (*mirat*): doar 84 de euro pe lună?
G: ajutor pentru întreţinere, ştii
T: hm...
G: Atâta am pensia, 405 euro pe lună, cu asta trebuie să trăiesc
T: hm. Săracul de tine, ţi-e greu, nu?
G: greu de tot, poate de la întâi să fie altfel
T: porcărie curată, ar trebui făcut ceva pentru cei nedreptăţiţi ca tine
G: da, asta e...
T: după atâţia ani de muncă stai acum în frig şi cerşeşti la colţ de stradă
G: aşa e
T: asta nu e bine
G: nu nu e bine. tu... turc?
T: mmm, da
G: mi-am dat seama
T: ai nevoie de ajutor
G: nu e nevoie să mă ajuţi
T: da, bine, vreau să zic... dacă
G (*foarte repede*): da-da-da aşa e
T: poftim?
G: ai dreptate.
T (*ton scăzut*): în fond, de aia...
G: da, aşa e
T: uite şi de la mine ceva (*îi dă câteva monede*)
G: mulţumesc
T: la revedere
G: la revedere

5. Analizaţi interacţiunea verbală din următorul interviu de angajare, care a avut loc între un angajator occidental şi un aplicant dintr-o cultură orientală.

INTERVIU DE ANGAJARE

I: deci de ce vreţi să lucraţi pe vehicule mai mari? Ce v-a determinat să...?
A: lucrez pe maşini mici de mai mulţi ani, învăţându-i pe alţii să conducă... de fapt, mie îmi place să conduc... mai ales autobuze... sunt vehicule mari... de mult mă gândesc să îmi găsesc o slujbă de acest fel, dar nu am avut până acum curajul să aplic pentru o astfel de slujbă... acum mi-am luat inima în dinţi
I: deci, de fapt, îţi place foarte mult să conduci
A: exact
I: de vreme ce ai fost atâţia ani instructor... e o muncă grea
A: da, dar mi-a plăcut
I: deci vrei să conduci autovehicule mai mari...

6. Secvenţele marcate în textele următoare sunt semnale de recepţie (*back-channels*), adică secvenţe prin care interlocutorul îi semnalează vorbitorului curent că îl ascultă cu atenţie, că este interesat de ceea ce spune, că înţelege mesajul; dând aceste semnale, interlocutorul nu-l întrerupe pe vorbitorul curent, ci îl lasă/încurajează să continue. Explicaţi neînţelegerea apărută în comunicare din cauza diferenţelor culturale privind modul de a oferi semnale de recepţie (*back-channels*).

ASCULTAREA ACTIVĂ

Pat (*american*): bine, [îhâm], bine Tanaka-san
Tanaka (*japonez*): ***[hai = da]***
Pat: nu uita [după ce] cheltui [banii], facem un [test]
Tanaka: ***[hai] [hai hai] [hai]***

Pat: şi un afiş în metrou e mai [eficient] decât o reclamă în [*Cosmopolitan*] sau în orice alt [ziar]
Tanaka: ***[hai hai] [okay] [hai]***
Pat: nu cred că oamenii se plictisesc de afişe nu-mi pasă nu vreau să-i las [să se plictisească] de ele
Tanaka: ***[hai]***
Pat: să le vadă. Dar... trebuie să acoperim principalele staţii de metrou, poate punem mai multe în Osaka, nu ştiu, tu, tu hotărăşti unde le pui, cheltuieşte bani cât de mulţi
Tanaka ***(fricativă aspirată, semn al dezaprobării)***
Osaka: jenny vine astă-seară
Tanaka: ***okay***
Pat: noi vom fi aici în fiecare zi să te ajutăm la nevoie
Tanaka: mulţumesc.
Pat: ***okay***

7. Dialogurile care urmează (traduse şi adaptate după http://oregonstate.edu/instruct/comm440-540/culture.htm) reflectă, fiecare, diferenţe de comunicare corelate cu câte o dimensiune de variaţie culturală. Explicaţi felul în care se corelează această dimensiune cu stilul cultural de comunicare, realizând o comparaţie între interlocutori.

a) Distanţa faţă de putere

Domnul Walker: Domnule Singh, mă întrebam dacă au sosit cărţile pe care le-am cerut...
Domnul Singh: Da, da. Cărţile au ajuns în depozit.
Domnul Walker: A, bun, poate reuşesc să trec să le iau în drum spre casă.
Domnul Singh: A, nu este nevoie. Trimit pe cineva să vi le aducă.
Domnul Walker: Sunteţi foarte amabil, dar nu e nevoie. Mă duc să văd, poate e nevoie de mine.

Domnul Singh: Nu, nu. Aşteptaţi aici, domnule Walker. Şi bem un ceai împreună.

b) Individualism/colectivism

Domnul Anderson: În timpul examenului, Hassan s-a uitat în lucrarea ta.
Abdulah: Da?
Domnul Anderson: Da, şi a copiat de la tine răspunsul la câteva întrebări.
Abdulah: Probabil nu a ştiut răspunsul.
Domnul Anderson: Sunt convins că nu l-a ştiut.
Abdulah: Atunci a avut noroc că a stat lângă mine.

c) Masculinitate/feminitate

Domnul Thomas: Ei, după câte am înţeles, compania dumneavoastră este cea mai bună firmă de arhitectură din Tokyo.
Domnul Ohmae: Vă mulţumesc pentru invitaţia de a fi aici.
Domnul Thomas: Dimpotrivă, plăcerea este de partea noastră. Deci, scrie aici că aveţi o afacere profitabilă de peste 30 de ani.
Domnul Ohmae: Am înregistrat câteva mici succese, da. Aţi vorbit cu domnul Mizawa?
Domnul Thomas: Da, am vorbit. Mi-a spus că multe dintre clădirile proiectate de voi au câştigat premii importante.
Domnul Ohmae: Câteva dintre ele proabil că da.
Domnul Thomas: Şi aveţi o experienţă bogată în domeniul blocurilor destinate birourilor.
Domnul Ohmae: Am proiectat câteva.
Domnul Thomas: Vă angajaţi la un proiect de dimensiunile acestuia?

Domnul Ohmae: Vom încerca să facem tot ce putem mai bine.
Domnnul Thomas: Tot ce puteţi? Aici scrie că aţi proiectat blocuri de două ori cât ăsta!
Domnul Ohmae: Posibil...
Domnul Thomas: Ezitaţi să luaţi acest proiect?
Domnul Ohmae: Să ezităm? Mă scuzaţi, nu.

d) Evitarea incertitudinii

Domnul Johnson: Ce părere ai de noul plan?
Domnul Trudeau: Pare OK, dar încă îl mai studiez.
Domnul Johnson: Tot îl mai studiezi şi după trei săptămâni?
Domnul Trudeau: Mai sunt câteva aspecte care mi se pare că pun probleme.
Domnul Johnson: A, ştiu asta. Important este să ne apucăm de treabă şi o să remediem pe parcurs micile probleme care s-ar mai putea să apară.
Domnul Trudeau: Da?

8. Realizaţi un eseu cu titlul „Rolul limbii în situaţiile de comunicare interculturală".
9. Povestiţi o situaţie în care aţi resimţit şocul cultural. Prezentaţi gândurile şi sentimentele pe care le-aţi trăit.
10. Încercaţi să explicaţi modul în care diverşi factori influenţează adaptarea individului la un mediu cultural nou.

V. CULTURA ROMÂNĂ. REPERE

În termenii teoriei parametrilor de variaţie culturală (Hofstede, 1984, 1997a; vezi capitolul II, 5.3) profilul culturii române este următorul: cultură preponderent colectivistă, cultivând o distanţă mare faţă de putere, preponderent feminină, cu nivel ridicat de evitare a incertitudinii şi orientare pe termen scurt (potrivit unui studiu sociometric întocmit de Gallup International şi Interact, 18 aprilie 2005, publicat parţial pe internet la adresa http://customer.kinecto.ro/2005/Interact/martie2005/editorial.htm). Tabelul următor sintetizează valorile estimate pentru cultura română la cele patru dimensiuni de variaţie culturală (vezi Hofstede, http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php): individualism (I), distanţa faţă de putere (DP), masculinitate (M), evitarea incertitudinii (EI), orientare pe termen scurt (OTS)[1].

Indice	**I**	**DP**	**M**	**EI**	**OTS**
Valoare estimată pentru cultura română	30	90	42	90	?

Poziţia culturii române apare cu claritate din comparaţia cu diverse culturi (i) cu care a avut contacte economice – politice – lingvistice importante, directe şi de lungă durată, în istoria sa (culturile turcă, greacă, maghiară, germană); (ii) culturi europene spre care s-a orientat în perioada sa de modernizare (culturile franceză, italiană); (iii) culturi cu care împărtăşeşte trăsăturile roma-

1. Nu există măsurători legate de orientarea pe termen scurt a culturii române.

nităţii periferice în limbă (cultura ibero-romanică; limba română prezintă puternice asemănări cu limba portugheză); (iv) culturile ţărilor slave vecine, cu care a avut relaţii constante în istorie, chiar dacă variabile de la o etapă la alta (culturile rusă, bulgară[1]); (v) pentru etapa actuală, este interesantă o comparaţie cu cultura americană, având în vedere importarea modelului american de management în companiile româneşti, precum şi influenţa puternică a limbii engleze asupra limbii române începând cu 1990.

Următoarele grafice comparative s-au realizat pe baza celor publicate pe site-ul profesorului Geert Hofstede[2], http://www.geert-hofstede.com:

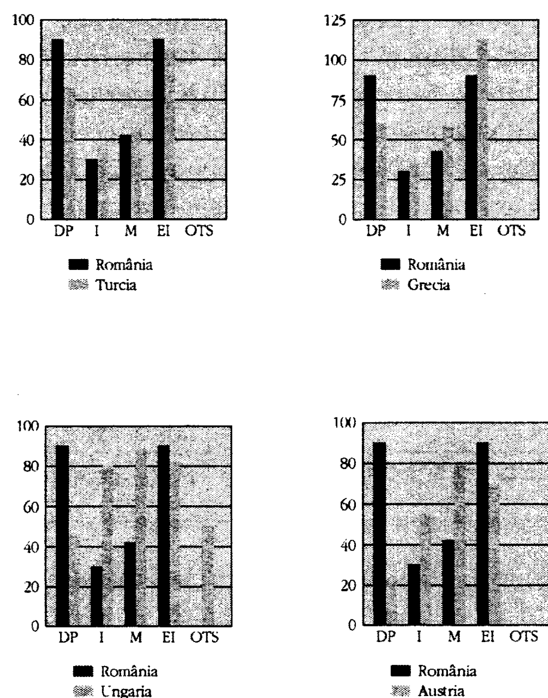


Fig. 1 – *Cultura română în comparaţie cu diverse culturi*

1. Nu sunt grafice comparative cu Serbia.
2. Nu există comparaţia pentru factorul „orientare în timp".

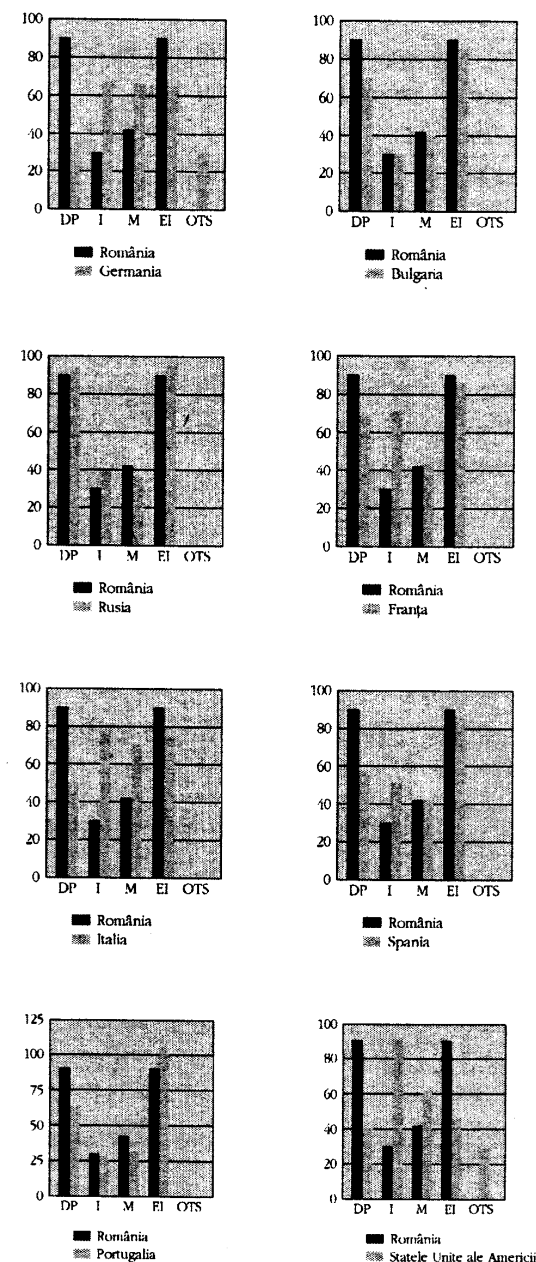


Fig. 1 – *Cultura română în comparaţie cu diverse culturi* (continuare)

Dintr-un studiu de piaţă efectuat de IRSOP în 2005, dedicat fixării valorilor româneşti în context european, reies următoarele valori, reproduse în imaginile de mai jos:

1 2 3 4 5 6 7

Toleranţă/Empatie: Îi pasă de alţii – Nu-i pasă de alţii; Prietenos – Neprietenos; Tolerant – Intolerant; Generos – Egoist; Om de echipă – Individualist; Neagresiv – Agresiv; Cald, afectuos – Rece, distant; Democrat – Autoritar; Politicos – Nepoliticos

Consideraţie de sine: Are încredere în sine – Nu are încredere în sine; Părere bună despre sine – Părere proastă despre sine

Abilităţi cognitive: Inteligent – Neinteligent; Competent – Incompetent

Asertivitate: Activ – Inactiv; Conducător – Executant; Îndrăzneţ – Timid; Independent – Dependent; Modest – Încrezut; Relaxat – Încordat; Vorbăreţ – Rezervat

Moralitate: Moral – Imoral; Cinstit – Necinstit

Eficienţă: Muncitor – Leneş; Organizat – Dezorganizat; Disciplinat – Nedisciplinat; Realist – Visător; Riguros – Superficial

Modern: Liberal (Modern) – Conservator

Europeanul Românul

Baza 1.003

Interpretare
Europeanul tipic este văzut într-o lumină mai pozitivă decât românul tipic. În unele domenii, diferenţa este foarte mare, românii rămânând în urma europenilor. Însă nu e vorba doar de atât. Există domenii în care românii se văd într-o lumină uşor negativă mai degrabă decât într-o lumină pozitivă. Ei consideră că românilor le pasă mai puţin de alţii şi au o înclinaţie spre agresivitate, autoritarism, necinste, lipsă de organizare, îngâmfare, idealism, superficialitate şi opinii conservatoare. Şi în mod evident se consideră foarte vorbăreţ.

Pe baza întrebării „Vă rog să vă gândiţi la cetăţeanul EUROPEAN/ROMÂN tipic şi să indicaţi cu aceste perechi de cuvinte cum credeţi dvs. că este cetăţeanul EUROPEAN/ROMÂN tipic. Pentru fiecare pereche de cuvinte aveţi trei căsuţe la dreapta, trei la stânga şi una la mijloc. Puneţi un x mai la dreapta, mai la stânga sau la mijloc, în funcţie de impresia dvs. despre cetăţeanul EUROPEAN/ROMÂN tipic."

Fig. 2 – *Profilul de personalitate al europeanului şi al românului*

(*Sursa*: pe baza studiului *Valorile şi credinţele româneşti şi europene: la fel sau nu?*, IRSOP Market Research and Consulting LTD., 2005)

18-29 de ani — Europeanul Românul — Baza 247

peste 40 de ani — Europeanul Românul — Baza 556

Interpretare
Evaluările sunt foarte asemănătoare pe grupe de vârstă şi foarte apropiate de valorile obţinute la nivelul populaţiei totale. Totuşi, tinerii tind să fie mai critici în privinţa românilor în domeniile legate de moralitate.

Educaţie superioară — Europeanul Românul — Baza 253

Educaţie elementară — Europeanul Românul — Baza 309

Interpretare
Diferenţele dintre personalitatea europenilor şi cea a românilor sunt uşor mai mari în rândul românilor mai educaţi.

Fig. 2 – *Profilul de personalitate al europeanului şi al românului* (continuare)

(*Sursa*: pe baza studiului *Valorile şi credinţele româneşti şi europene: la fel sau nu?*, IRSOP Market Research and Consulting LTD., 2005)

Românii au o orientare european-naţională: 44% dintre români sunt în egală măsură mândri de a fi români şi europeni, 9% dintre români se mândresc mai ales cu faptul că sunt europeni şi într-o mai mică măsură cu faptul că sunt români (Eurobarometru, 64.2, www.europa.eu.int).

1. Valorile culturii române

Pe baza unor lucrări de referinţă privind specificul naţional, a unor comparaţii implicite cu alte culturi, a unor argumente de tip comportamental şi material, voi prezenta în acest capitol ceea ce cred a fi valorile specifice culturii române. Luând ca voci de autoritate sociologi, psihologi, esteticieni, folclorişti de marcă ai culturii române, îmi voi limita rolul la a face sinteza personală a unor puncte de vedere ce se dovedesc extrem de moderne şi de actuale.

1.1. *Eclectismul*

Un element structural fundamental al spiritului românesc este *eclectismul*, având o justificare geografică şi istorică.

Geografic şi istoric, cultura română se situează la întâlnirea dintre două mari culturi antitetice: cultura Orientului şi cultura Occidentului. Este o „cultură-punte" (Stăniloae, 2001, p. 25). S-a format prin colonizarea romană (106-271) a Daciei locuite de o populaţie de origine geto-tracă, urmată, între secolele al IV-lea şi al XVIII-lea, de evenimente istorice care au pus în contact, de scurtă sau de lungă durată, populaţia locală cu populaţii de origini dintre cele mai diverse: pecenegii, cumanii, gepizii, slavii, goţii, hunii, bulgarii, avarii (în timpul marilor migraţii); slavii de sud (limba slavă fiind limbă de cult până în secolul al XVII-lea); maghiarii, saşii şi şvabii (în Transilvania şi Banat); turcii şi grecii (în Ţara Românească şi Moldova); ucrainenii (în Moldova). Începând cu secolul al XIV-lea, pe acest teritoriu s-au stabilit romii, iar din secolul al XVI-lea, evreii (atestaţi pe la 1600, veniţi aici, masiv, după ce au fost alungaţi din Galiţia). Din a doua jumătate a secolului al XVIII-lea a avut loc un proces de orientare a culturii române spre Occident şi de relatinizare a limbii, sub influenţa limbii franceze şi italiene: tinerii proveniţi din rândul elitelor se duceau să studieze la Paris, Viena şi Berlin, aplicând la întoarcerea în ţară modelul cultural occidental în reformarea instituţiilor, a comportamentelor sociale, în politică, literatură şi artă. D. Drăghicescu (1907/1995), în prima carte de psihologie socială scrisă la noi, prezintă metaforic devenirea poporului român: „zămislit de căsnicia daco-romană", rămas „orfan la naştere", părăsit în calea barbarilor, „cules de slavi şi bulgari", preluat de unguri, „va ucenici" ca adolescent la turci, apoi la greci, de care se scutură în pragul majoratului şi îşi găseşte „ceva rude de neam bun" în Apusul Europei; în fine, este major, apucând pe calea sa. La începutul celui de-al Doilea Război Mondial, cultura română era integrată în curentele de idei ale Europei. Regimul comunist instaurat la 30 decembrie 1947 a impus iniţial un model ideologic şi cultural de inspiraţie sovietică; cu toate acestea, relativa liberalizare a regimului începând cu anii '60 a refăcut parţial legăturile cu lumea occidentală. După 1989, reîntoarcerea la un sistem democratic a fost marcată de reformarea instituţiilor şi a legislaţiei după model european, în paralel cu adoptarea unui stil managerial şi a unor elemente de viaţă caracteristice societăţii americane, favorizând pătrunderea masivă în limbă a anglicismelor.

> Toate popoarele moderne sunt produsul unui amestec de rase. La noi însă, multiplicitatea raselor şi influenţelor care au plămădit poporul de astăzi a fost mai mare ca oriunde. S-a zis că aici a fost coridorul de circulaţie a popoarelor între Orient şi Occident. [...]

Dintr-o aşa enormă variaţie de influenţe şi contribuţii reiese, desigur, o anumită neutralizare de caractere. Nu s-a format încă un nucleu central, o tonalitate preponderentă. Cel ce va voi să facă psihologia poporului nostru va trebui să se lovească numaidecât de acest haos de elemente străine, incomplet digerat încă (Ralea, 1924/1997, p. 68).

S-a remarcat însă rapiditatea cu care românul adoptă elemente străine, dar şi viteza cu care renunţă la ele, când nu îi mai sunt folositoare.

Spiritul de sinteză complexă al neamului nostru nu se explică numai prin persistenţa lui din vremuri imemoriale în spaţiul de mijloc între Occident şi Orient, ci şi din îmbinarea în el a caracterului latin şi a creştinismului ortodox. De altfel, caracterul nostru latin nu este străin de vechimea fiinţei noastre de traci, care nu s-au mutat niciodată din acest spaţiu de mijloc între Occident şi Orient, dar nici de îmbinarea în el a caracterului latin şi a creştinismului ortodox (Stăniloae, 2001, coperta IV).

În mentalităţi şi comportamente, eclectismul cunoaşte diverse forme de manifestare: mimetismul; toleranţa pentru diversitate; coexistenţa contrariilor; gustul pentru pitoresc.

1.1.1. Mimetismul

A fost remarcată tendinţa românilor de a privi atent la alte culturi şi de a adopta ceea ce pare a fi o soluţie practică sau, cum ar spune Călinescu (1941/1982, p. 974), „[românul] priveşte tăcut şi cu interes progresele altora, împrumutând tot ce simte că îi e realmente util".

În mentalul colectiv românesc, străinătatea consacră modelul. Cultura română s-a dezvoltat mai ales prin „imitaţie" (Eugen Lovinescu), prin preluarea unor elemente din culturi diferite:

N-am avut timp să construim noutăţi, dar am avut meritul de a pricepe şi asimila imediat ce au făcut bun alţii (Ralea, 1924/1997, p. 76).

Pornită din complexul unei culturi mici, dar şi din curiozitate şi deschidere faţă de progres, dorinţa de sincronizare a fost adeseori „formă fără fond" (Titu Maiorescu) sau exagerare:

De multe ori Bucureştiul întrece Parisul. Dacă se poartă pantalonii largi acolo, la noi devin enorm de largi. Orice modă devine „şarjată" aici. Curentele de idei care îşi au rostul lor acolo, deşi gratuite, la noi devin şi mai febrile (Ralea, 1924/1997, p. 84).

Credinţele populare, superstiţiile, proverbele sunt adeseori tot o formă de mimetism. Decât să creeze expresii noi ale gândului şi afectivităţii, românii preferă şablonul, structura preexistentă cu eficienţă verificată.

1.1.2. Toleranţa pentru diversitate

De-a lungul istoriei sale, cultura română a adoptat, silită sau din nevoi proprii, elemente diverse, pe care le-a înglobat conjunctural, adică non-critic, non-selectiv. Astfel se explică existenţa în acelaşi spaţiu fizic şi mental a unor forme de manifestare materială şi spirituală care se impun atenţiei prin diversitate. De pildă, G. Călinescu (1941/1982, pp. 974-976, *passim*) ilustra această diversitate prin tipurile umane reprezentate de autorii români:

Examinând pe Eminescu, Sadoveanu, Hogaş, am văzut că izbitoare la ei este regresiunea spre civilizaţia de mod arhaic, pasivitatea faţă de natură [...]. Creangă, Anton Pann [...] întăresc aceste caractere ale vechimii. Şi ei sunt „muţi", cum s-a observat a fi Sadoveanu, în sensul că n-au o expresie subiectivă a experienţei lor. Comunicarea cu lumea se face în proverbe ce condensează o înţelepciune stereotipă, atât de controlată prin vechimea rasei, încât contribuţia individuală este neglijabilă. Creangă arată contemporaneitatea civilizaţiei noastre cu cele mai vechi civilizaţii din lume, vârsta noastră asiatică. [...] Goga exprimă în cel mai artistic fel jalea rasei în faţa tragicului naţional fatal, întrucât ne aflăm la răspântia drumurilor de imigraţie,

jale cu grijă învăluită în simboluri impenetrabile. Din cauza marelui concurs de grupuri alogene, poporul nostru a căpătat o silă de străin şi de venetic, pe care nu şi-o acoperă. El are o vie aspiraţie eugenică de puritate a rasei. Opera lui Eminescu, lui Goga exprimă această stare de spirit. [...] Ţăranul de la Dunăre e mai idilic şi epicurean, aplecat spre graţios şi diminutival. „Jalea" ardeleană a lui Goga nu se va găsi la Dunăre şi nici ritualul milenar din poezia lui Coşbuc. Aici la Siret, ori pe Dâmboviţa, oamenii sunt mai hârşiţi cu imigranţii şi se lasă cuceriţi de soare şi ierburile câmpului. Podgoriile îi fac dioniziaci. Uberitatea dealului dă spirit panteistic şi Blaga aparţine acestei zone secundare care excită palmele mâinii cu linia mieilor şi tălpile picioarelor cu iarbă udă. Cât despre Caragiale, el e de la marginea de jos a rasei noastre, el e un balcanic traco-elin. El aduce sensibilitatea excesivă, iubirea de aglomerare citadină, spiritul critic exagerat, zeflemist, preocuparea de politică, apetiţia spre o culturalitate maximă, cunoaşterea de oameni, mimica repede, teatralitatea, oratoria. Macedonski [...] e grandoman în sensul sublim (notă comună raselor migrante), neliniştit, eroic. Indivizii din ramura lui aduc prudenţei noastre mirajul, fabulosul, construcţia unei lumi artificiale, instinctul de lux necesar oricărei mari culturi, compensând mişcarea de regresiune a carpatinilor. Macedonski visează comori, veşminte fastuoase, palate mirifice, tronuri, nestemate, existenţa superbă. Eliade şi Macedonski, amândoi utopici violenţi, mistici constructori de lumi neterestre. Evreii, informaţi, colportori de lucrurile cele mai noi, anticlasicişti, modernişti, agitaţi de probleme. Ei compensează inserţia tradiţiei şi o fac să se revizuiască. [...] Aceste însuşiri sunt legate de tipicele iritante cusururi: dezinteres total pentru creaţia ca scop, „trăirismul" exagerat, negarea criticii [...], umanitarismul [...].

D. Drăghicescu (1907/1995, p. 383) asocia diversitatea noncritică inconsecvenţei: „Aproape toate fructele mintalităţii româneşti poartă pecetea inegalităţii, a incoerenţei, a lipsei de unitate şi metodă". Dumitru Stăniloae (2001, p. 59) admira diversitatea regională a cântecului popular românesc şi a interpretărilor personale.

1.1.3. Coexistenţa contrariilor

Ca manifestare extremă a eclectismului se remarcă prezenţa în acelaşi spaţiu de gândire şi acţiune a unor elemente contradictorii, opuse, antitetice. Ralea (1924/1997, p. 69) remarca dualismul dintre realitatea românească şi faptele de cultură străină „pe care o înmagazinăm şi care ne indică cu totul alte criterii de judecată şi valorificare decât cele care se obişnuiesc aici". Elemente din istoria noastră atestă această bipolaritate:

> La noi, prin lipsa burgheziei care să facă legătura, nobleţea şi ţărănimea au trăit, una în faţa celeilalte, secole de-a rândul ca două popoare deosebite şi vrăjmaşe. E greu de constatat vreo legătură între boierul latifundiar, rafinat în cultura grecească ori occidentală, adeseori absenteist, şi ţăranul iobag, rămas prin obiceiurile şi credinţele sale încă la epoca vechilor traci. Astfel, în loc de un singur suflet naţional, pregătit prin aceeaşi cultură şi aceeaşi viaţă politică şi socială, avem două suflete juxtapuse, dar străine (*Ibidem*, p. 71).

Şi astăzi diferenţele dintre sat şi oraş sunt accentuate, însă valorile satului patriarhal şi cele ale oraşului modern nu se exclud; luxul extrem şi sărăcia coexistă în spaţii apropiate, fără a interfera (un studiu recent a relevat că în acelaşi bloc, cu camere mici şi înghesuite, construite în timpul comunismului, trăiesc oameni extrem de săraci, alături de alţii care au făcut reamenajări costisitoare, cu produse „de firmă"); companiile româneşti au adoptat modelul managerial american, astfel încât valorile unei societăţi individualiste, relativ masculine, care acceptă incertitudinea, au fost implementate într-o societate colectivistă, preponderent feminină, care evită incertitudinea şi în care distanţa faţă de putere este relativ mare. Soluţia adoptată de cultura română contrazice principiul asemănărilor dintre culturi, dar este coerentă cu acomodarea antitezelor în interiorul sistemului. Observând destinele paralele care au cizelat istoria colectivităţii, Mihai Ralea (1924/1997, p. 70) considera că

sufletul nostru etnic e greu de indicat din cauza diferenţelor sociale prea mari din trecutul nostru, diferenţe care au creat cel puţin două suflete în loc de unul.

Alături de acest dualism social, Ralea (1924/1997, p. 76) remarca acelaşi principiu al opoziţiei şi în atitudini:

Există în caracterul nostru excese de lene, de plictiseală, de îndurare, de răbdare excesivă, care ne împiedică de a fi occidentali. Pe de altă parte, găsim în noi iniţiative, o anumită hărnicie în a pricepe ce e bun în altă parte şi a ni-l apropia, o vioiciune în a pricepe imediat mecanismul unei noutăţi, o agerime în a nu fi dezorientaţi şi nici intimidaţi în faţa neprevăzutului, care ne îndepărtează cu mult de apatia indolentă a Orientului.

În mod analog, Blaga (1936/1985, pp. 288-289) observa în arta românească

o sinteză de tendinţi opuse, o polaritate de un ultim rafinament, soluţionată cu mijloace primare şi necăutate, pe temeiul unei uimitoare intuiţii despre sensul artei. Această echilibristică între tendinţi opuse, între geometrism stihial şi organicism, această armonie sub auspiciile echivocului l-a ferit pe ţăranul român de desăvârşirea mortificantă.

Sau:

Farmecul cu totul particular al acestor icoane se datoreşte unor interferenţe de tendinţe polare: năzuinţa stihială, hieratică nu e rece dusă până la capăt, ci e atenuată prin contraponderea tehnicii organice. [...] Interesant şi demn de relevat e că ţăranul se va feri totuşi să tragă o linie dreaptă cu rigla; aceasta atât în arta textilă sau în ornamentica smalţurilor, cât şi în arhitectură. Utilizarea riglei, reale sau fictive, nu este pentru ţăranul nostru un temei pentru înălţarea frumuseţii. [...] Linia va prezenta totdeauna anume perceptibile iregularităţi; de aici aspectul însufleţit al acestui geometrism. În ornamentică românul iubeşte linia dreaptă, dar el îi imprimă o pulsaţie; tot aşa românul iubeşte stihialul, dar acestuia el îi dă un aspect sub care palpită viaţa. Pe acest plan de semnificaţii

„stângăcia" încetează de a mai fi stângăcie, fiind ridicată la rang de noimă (*Ibidem*, p. 288).

Credinţa creştină a majorităţii locuitorilor se ghidează tot după un principiu binar: fapta bună şi păcatul, omul bun şi omul rău, raiul şi iadul, piaza bună şi piaza rea, diavolul şi spiriduşul, ceasul rău şi sfânta cruce. În basmul românesc binele înfruntă răul, Făt-Frumos se bate cu Zmeul, Ileana Cosânzeana e salvată din ghearele Mumei Pădurii, oamenii trăiesc pe acest tărâm, arătările pe tărâmul celălalt.

1.1.4. Pitorescul

Trăsătură comună culturilor din Balcani şi din Orientul Apropiat, cultivarea detaliului, a podoabei, a arabescului, a culorilor şi formelor pestriţe, excesive şi violente a fost numită în cultura română „duhul pitorescului" (Lucian Blaga).

Există o orientare spre pitoresc, care echivalează cu o determinantă stilistică, inconştientă, organică, constitutivă. Această orientare poate să invadeze în sens creator toate domeniile de manifestare ale vieţii spirituale şi culturale. Determinantă, poate fi şi un puternic organ de asimilare a unor influenţe străine. Ea figurează ca atare de pildă în matricea stilistică a poporului românesc (Blaga, 1936/1985, p. 275).

Într-o remarcabilă pagină de literatură, Blaga descrie imaginea românilor ca o defilare de păpuşi etnografice însufleţite:

Parcă ar ieşi dintr-o biserică acest mic popor, atât e de vioi şi de sărbătoresc. A pornit ceata spre iarmaroc sau se împrăştie numai după un joc zgomotos şi fierbinte, într-o duminică mare de sat? Iată o ţărăncuţă din Gorj, cu zigzaguri galbene, cu iia de coloarea zăpezii; aceea cu catrinţă neagră şi cu broboadă bogată coboară de la Haţeg. Grănicerul din Banat e aci, cu pălăria ţuguiată, cu cămaşa simplu împodobită cu ornamente pătrate. Nu lipseşte nici primarul

de la Chizătău cu pieptarul cu borduri negre de fină ornamentaţie, închipuită din linii ce par urme de pasăre în zăpadă. Ciobănaşul cu ţundra cafenie vine din Muscel, iar cel cu ţundra mai scurtă din Prahova. Alături e ţăranul monumental, în costum de o mare linie clasică, din Dolj, şi gorjanul cu pieptar de podoabă neastâmpărată şi cu cămaşa lungă şi înfoiată. Îndreaptă-ţi ochii la costumul de uimitoare efecte, obţinute prin simplitate, al haţeganului, sau spre bucovineanca ceea baroc încărcată de coloare, de bani, de flori. Dobrogeanul te atrage mai puţin, fiindcă ţine să ilustreze influenţe tătăreşti destul de sumbre. Din cealaltă parte se apropie sălişteanca cochetă cu mult negru şi alb, femeia de-un aspect cam mănăstiresc din Vlaşca, bănăţeanca din Graniţă cu cârpa încornorată şi cu opreg din şerpi multicolori. Pădureanca purtând pe mâneci podoabă masivă, compactă şi cu mărgele, care dau ritm şi linie şoldului. Te izbeşte costumul ţărăncii de la Piteşti, strigător ca un răsărit de soare, nu mai puţin şi aproape antipodic al lugojanului în negru solemn. [...] Galeria acestor contemporani şi strămoşi e vastă cât ţara (*Ibidem*, p. 271).

Acelaşi duh al pitorescului îl observă Blaga în aspectul casei româneşti, la care concură „un remarcabil număr de elemente inutil estetice şi de asemenea un pitoresc sui generis" (*Ibidem*, p. 257), care contrazic „calapodul etic şi practic" al caselor din apusul Europei.

Casele româneşti sunt mai liber laolaltă, ele sunt despărţite şi distanţate prin grădini, au pridvoare împrejur şi ferestruici aşa de joase, că poţi vedea totul înăuntru; casele formează grupuri nesimetrice ca ţăranii când se duc în dezordine la o înmormântare sau la o nuntă; comuna românească e o colectivitate instinctivă de oameni deschişi, iubitori de pitorescul vieţii (*Ibidem*, p. 264).

Stilul se regăseşte şi în metaforă, în creaţiile populare, în superstiţii şi proverbe:

Pitorescul a invadat metafizica şi mitologia populară. [...] Când pitorescul pătrunde înţelepciunea populară, aceasta ia înfăţişarea

„sfătoşeniei". Proverbele româneşti sunt cel mai adeseori produsul unei înţelepciuni, alimentate de simţul pitorescului (*Ibidem*, pp. 271-272).

1.2. *Adaptarea*

Această particularitate a acţiunii sociale şi a mentalului colectiv românesc este o consecinţă a eclectismului asumat. Adoptarea în sistemul culturii române a unor elemente variate, cu surse dintre cele mai diverse, se sprijină pe o atitudine de automodelare în faţa provocărilor materiale şi spirituale.

Funcţia adaptării e efectul persecuţiilor milenare. Dar cel care se poate adapta înseamnă că poate trăi. Ea e semnul vitalităţii noastre (Ralea, 1924/1997, pp. 88-89).

Plasată între cele două civilizaţii (Occidentul, cu aptitudinea sa creatoare, şi Orientul, cu resemnarea lui pasivă[1]), cultura

1. Ralea (1924/1997, pp. 73-75): „Sub diferite variaţii de detaliu, omul care locuieşte azi continentul nostru se prezintă sub două tipuri bine definite: occidentalul şi orientalul. În apusul şi centrul Europei domneşte o mentalitate, iar către răsărit, către posturile cele mai avansate ale Asiei, o alta. [...]
Toată civilizaţia occidentală stă într-un singur cuvânt: aptitudinea creatoare. Ridicat deasupra mediului, dominându-l prin stăpânire de sine, prin curaj, prin răbdare şi iniţiativă, occidentalul e spirit activ mai înainte de toate. El preface ambianţa, sfinţeşte locul, căruia îi impune legea şi ideea sa şi care îl ascultă docil şi învins. Apuseanul e stăpânul voinţei sale elastice şi ferme în acelaşi timp şi pentru aceasta e şi stăpânul lucrurilor înconjurătoare. Curajul său e când temerar, când rezonabil. Ştie să rişte şi să fie în acelaşi timp prudent. [...]
În asemenea condiţii, filosofia sa nu poate fi decât voluntaristă. El crede că totul e posibil, e optimist în încrederea pe care o acordă forţelor sale, crede în libertate, mai mult, în liber-arbitru, pentru că

română a găsit o valoare intermediară: adaptabilitatea. „Această adaptabilitate am perfecţionat-o făcând din ea arma noastră de luptă în existenţă" (*Ibidem*, p. 76). Trăsăturile psihologice legate de ea sunt: puterea de observaţie, percepţia iute, înţelegerea exactă şi clară a mediului. Ralea citeşte semnele puterii de adaptare a românului în rapiditatea cu care acesta se integrează în medii sociale noi, în uşurinţa cu care învaţă limbi străine, în succesele obţinute în profesiuni care implică abilităţi de contextualizare (medicina, avocatura, politica, actoria).

rezistenţa determinismului orb o învinge cu puterea înţelepciunii sale; forţează evenimentele prin voinţa sa de triumf. Individualismul e, fără îndoială, idealul său ultim.
Psihologia orientalului e exact contrară. Ea se reduce, de obicei, la o resemnare pasivă. Dacă occidentalul se impune mediului, orientalul se supune. Forţa naturii îl zăpăceşte, îl zdrobeşte, îl apasă. Recunoaşte într-însa cine ştie ce forţă religioasă misterioasă, contra căreia i se pare inutil să mai lupte. Ordinea evenimentelor i se pare mai dinainte stabilită de un zeu inefabil. Fatalismul, adică constatarea acestei aşezări prestabilite pe care voinţa omului e prea slabă să o îndrepte, i se pare singura soluţie. Totul e acceptat aşa cum se prezintă. Niciun orgoliu, nicio ambiţie, nicio rezistenţă. Imaginaţia şi voinţa nu prefac deloc realitatea înconjurătoare. [...] Idealul său e confundarea în masa anonimă, în colectivitatea absorbantă. Între aceste două tipuri extreme de civilizaţie, între aceste două interpretări ale existenţei, datorită a două structuri deosebite, între creaţiunea occidentalului şi resemnarea orientalului se poate găsi o valoare intermediară. Să numim această structură adaptabilitate.
Această aptitudine nu e încă activitate creatoare. A te adapta la mediu nu înseamnă chiar a preface mediul. Înseamnă cel mult a rezolva un conflict cu ambianţa, înseamnă a ajunge la un fel de armistiţiu. E o activitate, dacă vreţi, pe jumătate creatoare. Cel care se adaptează e oarecum pasiv, fiindcă imită în bună parte mijloacele de existenţă ale mediului, acceptă ceea ce i se impune, stabilind un echilibru printr-o cedare, un compromis".

Specificul adaptării românului pare să fie acomodarea individuală, găsirea soluţiei personale:

> Se adaptează oricărei situaţii, [...] nu se resemnează complet, ci încearcă să amelioreze situaţia pe cale individuală, căutând pe cât se poate un aranjament prin stăruinţe ori favoruri care trebuiesc să facă din el o excepţie, un privilegiat. Şi odată acest ţel ajuns, situaţia generală nu-l mai interesează (*Ibidem*, pp. 77-78).

Mihai Ralea atrage însă atenţia:

> Adaptabilitatea e o sabie cu două tăişuri. Ea poate însemna evoluţie, inteligenţă, fineţe, supleţe, progres, după cum poate însemna laşitate, duplicitate, şiretenie, superficialitate. În ea se găsesc conţinute virtual şi posibilităţile de progres, şi cele de decadenţă. Totul va depinde de directiva culturală, socială şi morală care va fi imprimată poporului nostru de conducătorii săi. Destinul care ne aşteaptă e astfel dublu. La răspântie se cere mai multă înţelepciune decât oriunde (*Ibidem*, pp. 90-91).

În acest echilibru fragil pe care îl conţine în ea adaptabilitatea, autorii care au investigat sufletul românesc au văzut fie virtutea (Constantin Rădulescu-Motru, Mihai Ralea, Lucian Blaga, G. Călinescu), fie viciul (Dumitru Drăghicescu)[1].

Formele pe care le îmbracă adaptarea în cultura română sunt: instinctul de autoconservare, fluctuaţia, schimbarea ca scop în sine, soluţia de moment, ambivalenţa (dualitatea, duplicitatea, disimularea), compromisul şi nuanţa, asumarea lucidă a legilor firii, măsura, firea lucrurilor (rânduiala).

1. Astfel, primii autori citaţi tind să dea o conotaţie pozitivă trăsăturilor naţionale ale românilor, în timp ce D. Drăghicescu, constant critic, conotează negativ efectele adaptabilităţii în planul psihologiei sociale, conturând un personaj colectiv cu multe defecte.

1.2.1. Instinctul autoconservării

Deseori s-a spus că persistența în timp a poporului român a fost un „miracol istoric". Probabil a lucrat instinctul autoconservării, dezvoltat de-a lungul secolelor în care românii s-au luptat pentru supraviețuire înfruntând diverse popoare. Pentru Mihai Ralea, instinctul autoconservării se manifestă prin lipsa opiniei publice:

> Puține popoare se pot acomoda mai ușor la suferințe, la nedreptăți, la erori ca românul. Orice s-ar întâmpla, nu protestează. [...] S-a spus, și lucrul e perfect adevărat, că suntem singura țară care n-a avut încă o revoluție (Ralea, 1924/1997, p. 77).

Pentru G. Călinescu, instinct înseamnă „un simț politic miraculos": „Când privim cu perspectivă ne dăm seama că instinctul nostru a lucrat totdeauna sigur. Numai noi am scăpat de penetrația otomană administrativă, păstrându-ne independența". Înțelepciunea populară ne învață: „Capul plecat, sabia nu-l taie".

1.2.2. Fluctuația

Expresia celebră a fluctuației este „sentimentul spațiului mioritic", așa cum a fost definit de Lucian Blaga (1936/1985, pp. 191 și urm.). Pornind de la teoria lui Spengler[1] asupra spațiului ca

1. În teoria lui Spengler (*apud* Blaga, 1936/1985, p. 192), spațiul este un factor sufletesc creator, configurează structura orizontului spațial al inconștientului: sentimentul spațiului determină trăsătura fundamentală a fiecărei culturi. Astfel,

> Cultura faustiană a Apusului, o cultură a zbuciumului sufletesc, a setei de expansiune, a perspectivelor, implică sentimentul simbolizat prin spațiul infinit tridimensional. Cultura greacă antică, apolinică, măsurată, luminoasă, implică spațiul limitat, rotunjit, simbolizat prin imaginea corpului izolat. Cultura arabă, magică, de-un apăsător fatalism, [...] ar avea ca substrat sentimentul spațiului-boltă. Vechea cultură egipteană implică sentimentul spațial al drumului labirintic, care duce spre moarte (*Ibidem*, p. 193).

factor sufletesc creator, Blaga consideră determinant pentru spiritul poporului român „plaiul, adică un plan înalt, deschis, pe coamă verde de munte, scurs molcom la vale", „orizontul înalt, ritmic și indefinit alcătuit din deal și vale". Expresia metaforică a acestui spațiu o identifică autorul în balada populară *Miorița*:

„Pe-un picior de plai,
Pe-o gură de rai".

Totodată, Blaga identifică expresii ale spațiului mioritic în așezarea caselor românești, în doină, ca specie folclorică definitorie pentru sufletul românesc, în metrica versului.

> Casele în satele românești de șes nu se alătură în front înlănțuit, dârz și compact, ca verigile unei unități colective, ci se distanțează fie prin simple goluri, fie prin intervalul verde al ogrăzilor și al grădinilor, puse ca niște silabe neaccentuate între case. Această distanță, ce se mai păstrează, e parcă ultima rămășiță și amintire a văii, care desparte dealurile cu așezări ciobănești (*Ibidem*, p. 198).

Doina exprimă

> melancolia, nici prea grea, nici prea ușoară, a unui suflet care suie și coboară, pe un plan ondulat indefinit, tot mai departe, iarăși și iarăși, sau dorul unui suflet care vrea să treacă dealul ca obstacol al sorții, și care totdeauna va mai avea de trecut încă un deal și încă un deal, sau duioșia unui suflet, care circulă sub zodiile unui destin ce-și are suișul și coborâșul, înălțările și cufundările de nivel, în ritm repetat, monoton și fără sfârșit (*Ibidem*, p. 195).

Specific poeziei românești este „versul construit din silabe accentuate și neaccentuate, una câte una", asemenea ritmului „alcătuit din deal și vale sau din vale și deal".

> Limba românească și-a creat, probabil concomitent cu constituirea ritmică a spațiului nostru, un ritm interior, care a făcut-o mai aptă pentru metrica întemeiată pe troheu și iamb, decât pentru metrica

dezvoltată din celelalte unităţi ritmice (Călinescu, 1941/1982, pp. 199-200).

Ritmurile existenţei noastre în istorie – retragerea în munţi din calea năvălitorilor şi revenirea la şes după trecerea primejdiei –, cele ale vieţii pastorale – transhumanţa – s-au întipărit în mintea românului ca variaţii, fluctuaţii necesare: „Azi aici, mâine-n Focşani". În viziunea lui D. Drăghicescu (1907/1995, p. 221), fluctuaţia apare în forma „continuului acces de isterie", „convulsiunilor şi spaimelor la intervale scurte"[1].

În atitudinile faţă de fiinţa lor etnică, românii pendulează între critică excesivă şi etnocentrism encomiastic.

1.2.3. Schimbarea ca scop în sine

Istoria românilor apare ca un lung şir de „schimbări la faţă", acceptate de oameni pentru a-şi asigura supravieţuirea. Nu este o schimbare planificată, cu un scop, motivată, ci una dictată, impusă, adusă din exterior. „Schimbarea de dragul schimbării." Călătorii străini prin ţările române îi caracterizau pe români ca „doritori de schimbări şi prefaceri" (secolul al XVI-lea; *apud* Barbu, 2000, pp. 15-34, *passim*). Este schimbarea ca formă de existenţă, adeseori generatoare de confuzie şi stres. „Mintea românului de pe urmă"; el acţionează instinctiv, fără scop, dar înţelege lucrurile abia la sfârşit, când poate privi în urmă, la drumul parcurs până în punctul de sosire.

Adaptarea prin schimbări rapide şi numeroase a creat un sentiment special al timpului:

1. Autorul dă exemplul grăitor al mazilirii domnilor români la intervale scurte de timp; astfel, între 1538 şi 1634, Ţara Românească a avut 31 de domni.

Românii par să alunece pe firul unui timp infinit, al unui timp pentru care prezentul este un simplu vehicul ce poartă de la o clipă la alta, în vreme ce viitorul este o veşnică amânare datorită lipsei scopului.

Percepţia timpului se fundamentează pe

mişcarea continuă, imaginaţia lipsită de dorinţă sau caracterizată de o dorinţă fluidă şi nestructurată, cea a schimbării pur şi simplu, [pe] infinitul temporal, care face ca orice moment şi orice loc să fie lipsite de coordonate finite, determinate (Barbu, 2000, p. 139).

Românul distinge între „vreme" ca veşnicie şi „timp", măsurabil cu ceasul sau cu calendarul. Vremea, cu ritmuri cosmice, stă sub dominaţia trecutului măreţ, glorios şi al unui viitor incert, nepredictibil. Timpul stă sub semnul prezentului, al latinescului *carpe diem*. Ovidiu Papadima (1936/1995, p. 95) remarca la român „pofta lui nebună de viaţă şi înclinarea de a-i gusta din plin toate bunătăţile". Românul este petrecăreţ, chefliu, de lume, veselnic, ţine nunta trei zile şi trei nopţi, chiuie de-l aude tot satul, face mâncăruri multe şi alese de sărbători, vrea să moară sătul, bea „câte-un pic-pic-pic/până n-o mai rămânea nimic", ţine sărbători multe, zilele de naştere şi zilele de nume, stă în vizită ore în şir, „râde şi se veseleşte", căci „ce-i în mână nu-i minciună", se linişteşte cu o filosofie simplă – „ce-a fost azi am văzut, ce e mâine om mai vedea", „văzând şi făcând", căci pentru el „nu aduce anul ce aduce ceasul".

Absenţa scopului şi a motivaţiei, ca principiu în evoluţie, pare să se reflecte şi în planul discursului: „acum spune una, mâine spune alta", „vorbeşte ca să se audă vorbind", „vorbeşte ca să nu tacă", „vorbeşte ca să fie vorba pe drum", „vorbeşte să se afle în treabă".

1.2.4. Soluţia de moment

Românul găseşte soluţia de moment – rapidă, comodă şi simplă – pentru a-şi satisface trebuinţele, motivându-şi superficialitatea prin dorinţa de a respecta „firea locului".

> Românul nu va încerca prea mult să schimbe cursul întâmplărilor; el va modifica, dar nu va modifica configuraţia pământului. El îşi clădeşte casa şi la spatele lui Dumnezeu, ştiind pe semne că Dumnezeu are ochi şi în spate. Uliţele unui sat de munte, românesc, se pierd printre stânci şerpuitoare, ca pâraiele. Uliţele în loc să taie stâncile, mai bucuros le ocolesc. Colaborează la acest fel atât dragostea invincibilă faţă de pitoresc, cât şi respectul religios faţă de „fire" în ale cărei rosturi şi măruntaie e păcat să intervii silnic (Blaga, 1936/1985, p. 266).

De aceea lucrul românului arată improvizat, de mântuială, nefinalizat. Dar este soluţia rapidă prin care evită incertitudinea şi îşi găseşte liniştea interioară. „E bine oricum, numai să fie", „Lasă, că merge şi aşa". Cu formula lui D. Drăghicescu: „Chiar când săvârşim ceva, niciodată nu desăvârşim nimic" (1907/1995, p. 373) sau prin imaginea din balada Meşterului Manole: „Un zid părăsit/Şi neisprăvit". Ironic, Drăghicescu afirmă: „E greu să înceapă, că de lăsat se lasă" (*Ibidem*) şi citeşte în această atitudine „un contur sufletesc neisprăvit" reflectând lipsa desăvârşirii geografice, istorice şi sociale: „Suntem neisprăviţi geograficeşte şi istoriceşte, suntem nevârstnici din punct de vedere social" (*Ibidem*, p. 344). Blaga (1936/1985, p. 265) observa manifestări ale impulsului de moment în arhitectura românească:

> Arhitectura românească era făcută fără raportarea prea strânsă la rezistenţa temporală, din duhul intermitenţei sezoniere. Casele şi bisericile cresc şi dispar, dispar şi cresc, ca spicul secerat, ca grâul semănat, ca frunza, care, căzând, a lăsat în locul ei latenţa altei frunze.

Graba românului de a isprăvi, găsind soluţii superficiale, de moment, netrainice, este justificată, pe de o parte, prin incertitudinea viitorului, iar, pe de altă parte, prin dorinţa de a reveni cât mai curând la ritmurile cosmice, naturale, pe care acţiunea pare să le tulbure. Românul „face să fie făcut", „de mântuială", „în dorul lelii", „acolo, să fie", „să nu zică că n-a făcut". De aceea, soluţia de moment a românului este adeseori machiavelică: „Se face frate şi cu dracul ca să treacă puntea".

„Veşnica nemulţumire, dorinţa de schimbări şi prefaceri, iubirea de noutăţi împletite cu trăirea stereotipă, sub semnul eternităţii, a istoriei creionează o imagine contradictorie a lumii umane." Aş numi această imagine contradictorie coerenţa clipei care asigură reaşezarea lucrurilor în matca lor.

1.2.5. Ambivalenţa

Ambivalenţa îmbracă la români diverse forme, mai mult sau mai puţin vinovate. Dualitatea vine din faptul că e nehotărât, nu poate alege: „ba e lae, ba-i bălae", vrea să fie „şi cu slănina în pod, şi cu cratiţa unsă", e „şi cu ruşii, şi cu turcii", vrea să împace „şi capra, şi varza", e „imparţial, ca tot românul". Când e duplicitar, e calp, „deştept" (ironic, dezaprobator), fals, făţarnic, făţărit, fariseic, iezuit(ic) (fig.), machiavel(ist)ic, mincinos, nesincer, perfid, pestriţ, prefăcut, proclet, şiret, şmecher, tartuf, telpiz, trombonist, viclean, zugrăvit, „se dă după cum bate vântul", „o scaldă", „o întoarce ca la Ploieşti". Când nu e nici dual, nici duplicitar, îşi disimulează gândurile, intenţiile prin fapte („face de ochii lumii", „pupă-l în bot şi papă-i tot"), faptele prin vorbe („să faci ce zice popa, nu ce face popa", „zice ca tine şi face ca el", „în faţă zice una, în spate zice alta"), vorbele prin tăcere („dacă tăceai, filosof rămâneai", „vorba lungă, sărăcia omului"), stânjeneala prin zâmbet. Vocaţia dublului se regăseşte şi în formele prin care românul dă expresie umorului: umorul mucalit

(râde sub chipul seriozităţii), zeflemeaua (minimalizează lucruri importante), ironia (speculează aparenţa şi esenţa), autoironia (se denigrează cu intenţia de a-şi minimaliza defectul), „hazul de necaz" (râde când ar fi de plâns). În toate ipostazele sale, râsul are funcţia de a întări sentimentul de grup, de a stabili relaţii agreabile, detensionate între interlocutori.

1.2.6. Compromisul şi nuanţa

Când totuşi trebuie să aleagă, românul preferă soluţia de mijloc, de compromis. „Calea de mijloc e cea mai bună." Conflictele le rezolvă prin „înţelegeri" („o împăcare dreaptă e totdeauna mai bună decât o judecată strâmbă") sau le muşamalizează. În arta plastică, preferă nuanţele – „nuanţele fine, stinse, stoarse din sângele diafan al buruienilor" (Blaga, 1936/1985, p. 281). În muzică, „substanţa sonoră e alcătuită în mare parte din tonuri intermediare, imprecise, de stăruitoare nuanţare a stărilor sufleteşti" (*Ibidem*, p. 289). Sentimentele tipic româneşti – dorul, jalea, urâtul – sunt „stări de nuanţă" (*Ibidem*).

O altă faţă a compromisului şi a nuanţei este vagul, indefinitul, confuzia: facem „planuri vagi, [...] ceţoase, nelămurite" (Drăghicescu, 1907/1995, p. 372). „Oarecum, întru câtva, pe undeva, într-un fel."

1.2.7. Asumarea lucidă a legilor firii

Printre trăsăturile definitorii ale poporului român, Drăghicescu includea „lipsa de energie şi de voinţă activă, pasivitatea defensivă şi resemnată în faptă" (1907/1995, p. 350), „tradiţionala noastră nepăsare, credinţa în fatalitate, în soartă, în noroc, cu desăvârşită lipsă de încredere în noi înşine" (*Ibidem*, p. 363). Dimitrie Gusti

şi Emil Cioran vorbeau, de asemenea, despre fatalism, resemnare, pasivitate.

Cu toate acestea, există deosebiri fundamentale între fatalismul oriental şi cel din spaţiul mioritic.

Lucian Blaga îl numeşte „sentimentul destinului":

> Sentimentul destinului, încuibat subteran în sufletul românesc, e parcă şi el structurat de orizontul spaţial înalt şi indefinit ondulat [...]. De un fatalism pus sub surdină de-o parte, de-o încredere niciodată excesivă de altă parte, sufletul acesta este ceea ce trebuie să fie un suflet, care-şi simte drumul suind şi coborând, şi iarăşi suind şi iarăşi coborând, ca sub îndemnul şi-n ritmul unei eterne şi cosmice doine, de care i se pare că ascultă orice mers (Blaga, 1936/1985, pp. 196-198).

Ovidiu Papadima îl numeşte „acceptare lucidă a legilor firii". Românul vede universul dominat de lege, „de armoniile dumnezeieşti ale firii, care au fost stabilite tot pentru frumuseţea vieţii omului" (Papadima, 1936/1995, p. 121). Acestea au, pe de o parte, praguri de taină („dacă vrea Dumnezeu", „voia Domnului", „Dumnezeu ştie ce face", „puterea lui Dumnezeu mintea omului nu o poate cuprinde"), iar, pe de altă parte, porunci şi aşezări pe care omul le-ar putea înţelege, dar care i-ar sfărâma sufletul şi viaţa prin revelarea lor (Papadima, 1936/1995, p. 119). Prin urmare,

> ceea ce pare fatalism nu sunt decât rigorile lucid acceptate ale unei severe concepţii despre ordine, adică rânduială (Papadima, 1936/1995, p. 117).

Omul ştie că poate abate prin înşelăciune sorţii daţi de Ursitoare, poate iscodi prin încăpăţânare, prin viclenie, prin impertinenţă rânduielile dumnezeieşti, dar e păcat. În moarte nu vede un despot crunt, ci o biată bătrână, care duce la împlinire rânduielile lumii; încearcă s-o înşele, şi moartea trebuie să-l prindă, la rândul ei, prin vicleşug (Papadima, 1936/1995, pp. 112-116). Românul vede universul dominat de lege,

de armoniile dumnezeieşti ale firii, care au fost stabilite tot pentru frumuseţea vieţii omului (Papadima, 1936/1995, p. 121).

Călinescu îl numeşte „fatalism energetic":

Rasa noastră a căpătat prin marea ei vârstă, ca una ce a văzut mărirea şi decadenţa împăraţilor (celţi, romani, barbari, turci, imperiali), o filosofie de sus: *Ce e val, ca valul trece*; *Din codru rupi o rămurea,/ Ce-i pasă codrului de ea* (Călinescu, 1941/1982, p. 976).

La Noica, fatalismul este expresia existenţei potenţiale, aflate sub dominaţia legilor atemporale ale firii, aşa cum este ea ilustrată prin: *este* – expresia existenţei pure, atemporale; *nu este* – expresia non-existenţei; *n-a fost să fie* – expresia fiinţei neîmplinite, a lucrului care nu şi-a atins legea, conţinând în ea opoziţia negativ/afirmativ; *era să fie* – expresia a ceva ce purta în el legea şi avea toate temeiurile să fie, dar ceva întâmplător şi din afară venise să-l blocheze, să-l suspende, astfel încât expresia, deşi uită de negativ, recade în el; *va fi fiind* – expresia posibilităţii bănuite a fiinţei, a făgăduinţei de fiinţă tocmai în măsura în care temeiurile ei erau în joc; *ar fi să fie* – expresia fiinţei posibile, asigurate, a îndreptăţirii de a fi în jurul unei realităţi a cărei lege o indică, invocând legea de dinainte ca lucrul să fie; *este să fie* – exprimă situaţia fiinţei ca intrare în fiinţă, fiinţa intrării în fiinţă, temeiurile unei fiinţe până la iminenţa trecerii ei în realitate; *a fost să fie* – expresia fiinţei săvârşite, consumate, împlinite, evocând legea de după consumarea în realitate a lucrului (Noica, 1978, pp. 26-57, *passim*). Astfel, românii conceptualizează existenţa ca parcurs între pre-fiinţă (purtând în ea perspectiva fiinţei) şi post-fiinţă (purtând în ea perspectiva fostei fiinţe), ambele guvernate de lege. Prezentul lui *a fi* este un prezent atemporal, pancronic.

La români, acceptarea lucidă a destinului este o formă de adaptare la legile firii, adică ale universului atemporal.

1.2.8. Măsura

Măsura, ca formă de evitare a exceselor, este aspiraţia de atingere a stării de echilibru. „Ajunge un par la un car de oale." Altfel, românul caută echilibrul în lumea lucrurilor (simţul măsurii, buna-cuviinţă, buna-credinţă, buna înţelegere) şi a spiritului:

Imaginea românească a raiului şi iadului corespunde întru totul spiritului profund creştin, dar în acelaşi timp atât de liniştit, atât de echilibrat în firea sa, ca şi în realismul concepţiei sale de viaţă. [...] Rai şi iad înseamnă, creştineşte, răsplată şi pedeapsă pentru fapte bune şi pentru păcate (Papadima, 1936/1995, p. 47).

Echilibrul interior şi cel exterior al fiinţei îmbină esteticul cu eticul. Virtutea pentru român înseamnă deopotrivă cumpătare, răbdare, perseverenţă, respectul pentru tradiţie, îndeplinirea obligaţiilor sociale, construirea unei imagini personale favorabile „în ochii lumii" şi protejarea ei „de gura lumii". Expresia echilibrului românesc este măsura: românul răspunde „pe măsură", face lucrurile „cu măsură", judecă „cu dreaptă măsură", se poartă „măsurat", îşi „măsoară cuvintele". „Nici prea-prea, nici foarte-foarte."

Echilibrul înseamnă şi simetrie, adică perfecţiune. Despre oamenii care şi-au pierdut echilibrul se spune că sunt „într-o parte", „într-o doagă", „într-o ureche". Totodată, înseamnă „calea dreaptă", fără abateri. Pe ţesături se regăseşte echilibrul culorilor. Portul ţărăncilor exprimă simţul măsurii.

Tăietura veşmintelor e şi ea plină de graţie şi de varietate, în acelaşi timp de seriozitate. Fiecare piesă a costumului are altă tăietură, altă formă. Romanca nu poartă rochii lungi şi largi, ci catrinţa strânsă în brâu, de o lungime şi o lărgime moderată, care exteriorizează sprinteneala ei spirituală şi-i permite o mişcare ageră. Urcuşul şi coborâşul pe cărările dealurilor şi ale munţilor impunea românului un veşmânt strâns pe corp, cu o fluturare nu prea largă, ca să nu se împiedice în el. Nimic în îmbrăcăminte nu dă impresia unei neglijenţe,

a ceva ce se târăşte după om, a ceva scăpat de sub control; dar nici nu scoate în relief în mod impudic formele ispititoare. Ea dă corpului mai degrabă o frumuseţe spirituală, decât să o pună în relief pe cea carnală, precum costumul orăşenesc de origine occidentală (Stăniloae, 2001, p. 54).

Sunetele au armonii prelungi şi triste în doină, dar scurte şi vesele în cântecul de joc.

Forma de echilibru cea mai dorită este pacea. Domniile erau bune pentru popor atunci când puteau să le aducă vremuri de pace.

1.2.9. Firea lucrurilor (rânduiala)

Armonia este forma desăvârşită a echilibrului universal. La români, armonia se numeşte firea lucrurilor, rânduiala lăsată de Dumnezeu pe pământ, rosturile firii. Acest sentiment îi vine românului din ortodoxism, din calma acceptare a voinţei divine, a puterii lui Dumnezeu, care a rânduit toate lucrurile. Poporul român pare să aibă „conştiinţa armoniei perfecte în care Dumnezeu a îmbinat toate aşezările firii" (Papadima, 1936/1995, p. 51). Sau:

aşa cred că vede poporul acesta lumea: ca o rudimentară dar frumoasă armonie de rânduieli, în bine ca şi în rău – sub aparenta lor încâlcire barbară –, privegheată necontenit de ochiul înţelept şi bun al lui Dumnezeu. [...] Orice amănunt – fie al binelui, fie al răului – îşi găseşte nesilit locul în această viziune. Fiindcă făpturile toate – fie de duh, fie de carne, fie de piatră – sunt rezultate ale voinţei divine şi se poartă numai după orânduirile ei (*Ibidem*, p. 29).

Rândul şi rânduiala sunt aspiraţiile ultime ale omului: „a fi om în rândul lumii", „a rândui toate lucrurile" şi „a le găsi apoi în bună rânduială". Rânduiala este o ordine a firii, o lege a ei, nesilită de om. „Rânduiala are, deci, pentru noi, un înţeles cosmic" (Papadima, 1936/1995, p. 61).

Ideea de armonie cosmică, de rânduială a firii, înglobează ideea de muncă, de ierarhie şi de lege.

Munca este pentru români o tradiţie, nu o valoare, împlinirea unui ritual cosmic, nu sursă a bunăstării; în numele păcatului avariţiei şi al cumpătării, românii muncesc numai atât cât să nu moară de foame, în schimb „au noroc la bucate".

Folclorul nostru nu priveşte biblic munca drept o pedeapsă, dată de Dumnezeu primilor oameni, după izgonirea lor din Rai. [...] Dumnezeu a trudit simplu, omeneşte şi îndelung până ce a creat lumea. [...] Perfecţionarea lumii s-a rotunjit încet, prin grijă şi trudă. [...] Prin semnul crucii, munca se integrează în armonia creştină a lumii (Papadima, 1936/1995, pp. 74-75).

Munca e deci chin numai atunci când stă sub poruncile lăcomiei omeneşti şi nu ale ordinii dumnezeieşti. Deosebirea dintre lumea modernă şi lumea veche – care stă încă încremenită măcar în gândul satelor noastre – aceasta e; pentru economia patriarhală, munca este o necesitate firească de viaţă şi nu un izvor de câştig, ca în lumea industrială de azi. Ţăranul nostru încă şi azi e obişnuit să muncească atât cât îi trebuie pentru viaţă (Papadima, 1936/1995, p. 76).

S-a spus adeseori că „munca este duşmanul de moarte al românului" (vezi şi Barbu, 2000, pp. 40-50); fără a fi foarte harnic, mulţumindu-se cu puţin, românul pare totuşi să înţeleagă munca, să vorbească laudativ despre ea („Meseria este brăţară de aur", „Cine mult vorbeşte lucrul nu-i sporeşte", „Cine-i harnic muncitor, de pâine nu duce dor", „Lenea e cucoană mare care cere de mâncare", „Munca cu silinţă preface orice fiinţă", „Cu muncă necurmată mănânci plăcintă lată").

Ierarhia este „un dat al firii", structurând întreg universul. Domnul Dumnezeu este stăpânul atotputernic al lumii. Boierul este „domnul", „stăpânul". El trebuie să fie bun, blând şi milos, căci altfel e un tiran, să aibă grijă de supuşi, iar aceştia, la rândul lor, trebuie să-i fie ascultători şi credincioşi, să-i jure credinţă. Aşa e rânduiala:

> Stăpânul nu e pedepsitor, cât aducător de dragoste şi purtător de grijă. El coboară părţii lui de lume o parte din bunătatea şi grija infinită a Creatorului. De aceea, însuşirea de seamă a stăpânului este apropierea de sfinţenie. Toate soiurile de făpturi ale lumii sunt date în veghe câte unui sfânt. Peste păsări este Simeon Stâlpnicul. Peste gângănii, Arhanghelul Mihail. Peste lupi, sfântul Nicolae (Papadima, 1936/1995, p. 62).

Puterea este asociată cu paternalismul, gloria, înţelepciunea, autoritarismul cu sfinţenia („Ce spune stăpânul trebuie să fie sfânt"). Nesupunerea, când apare, nu ia forme agresive, faptice, ci rămâne în planul afectului, ca nemulţumire, resentiment, sau în planul discursului, ca rumoare, scandal, bârfă, „vorbe de clacă", lamentare, injurii, sfadă, ceartă.

Rânduiala cosmică este condusă de legile firii. Este o armonie neconstrânsă de legea modernă sau de instituţii (Barbu, 2000, pp. 50-65). Ea poate lua forma înţelepciunii celui puternic („voia domnului", adică fie a stăpânului, fie a lui Dumnezeu) sau forma libertăţii naturale neîngrădite de reguli. „În raporturile sale cu statul modern, ţăranul nostru e foarte anarhic şi rebarbativ" (Papadima, 1936/1995, p. 130); el percepe legile ca o constrângere a libertăţilor naturale[1]. În aspiraţia sa spre armonie universală, deci şi socială, românul înţelege dreptatea nu ca pedepsire a vinovatului, ci ca o consolare a celui păgubit, nu ca aplicare a unei pedepse, ci ca „arătare cu degetul a vinovatului", ca o certare a lui, o aducere a lui în faţa mulţimii sau ca lăsare „în plata Domnului", „să-l judece Dumnezeu". Dreptatea se reduce în cele din urmă la o chestiune de bunăvoinţă a celui care o împarte şi se poate cumpăra cu plocon, atenţie, cadou, mită, şpagă, sfănţuială, şperţ, mâzdă, ruşfet, bacşiş, simonie, procent, dar, peşcheş, prosforă, donaţie, prinos, ofrandă, „ceva cât de

1. Ovidiu Papadima redă un dialog între Densusianu şi un ţăran din Muntenia: „Aduceam lemne cu targa şi nu mă-ntreba nimeni. Aveam de coseam fân şi aram pă unde vream. Ne-a cuprins statu de tot, n-avem nicio mişcare" (*apud* Papadima, 1936/1985, p. 131).

cât", „un fleac, un nimic, cât să fie ceva", sensibilizare, „dreptul lui", „partea lui", „un plic", contribuţie, sponsorizare; chiar şi pentru mort se aruncă bani la întretăierea drumurilor, pentru a-şi plăti vămile, adică pentru a-şi cumpăra intrarea în rai. Iertarea, mila, îndurarea par să facă legea supremă.

Prin conştiinţa solidarităţii sufleteşti universale, Papadima (1936/1995, p. 90) explică legătura dintre om şi natură, sentimentele de dragoste şi intimitate cu aceasta. „Românu-i frate cu codrul." „Firea se înţelege cu omul, fiindcă legătura se face de la suflet la suflet, de la al ei la al omului." Şi mai departe:

> Firea îi dă semne omului în fiecare clipă. E destul numai ca el să ştie să le descifreze glasul mut, ca să se izbăvească. Întreaga meteorologie populară – care la noi e atât de bogată şi precisă – se întemeiază pe aceste semne (Papadima, 1936/1995, p. 91).

Sintetic: „Conştiinţa solidarităţii cosmice a ajuns aici la termenul ei ultim. Îşi ajunge ea însăşi sieşi" (Papadima, 1936/1995, p. 66).

Armonia îşi găseşte diverse expresii. De pildă, arta populară

> împreună într-o viziune sintetică geometrismul static, năzuinţa stihială în tratarea motivelor naturale şi orientarea spre nuanţă coloristică, ceea ce dă împreună un complex de determinante deosebit de armonic, cu mănunchi simfonic de acorduri parcă prestabilite (Blaga, 1936/1985, pp. 284-285).

Ca sentiment definitoriu al spaţiului mioritic, dorul exprimă „armonia raţională [...] între opuşi (durere şi plăcere) prin contopire de sensuri, iar nu prin compunere" (Blaga, 1936/1985, p. 289).

* * *

La intersecţia acestor forme diverse de adaptare s-a cizelat spiritul românesc. În spaţiul spiritului românesc, *a fi* este o potenţialitate nelimitată şi poartă în el sensul permanenţei; *a deveni* reflectă parcursul întemeiat pe legile firii, dinspre *va fi*

spre *a fost*, eşuând în perspectiva statică şi lipsită de orizont a clipei; *a avea* se confundă cu *a fi*[1], căci românul consideră avariţia un păcat, iar sărăcia – o virtute, muncind atât cât îi trebuie pentru a exista; *a face* se reduce la gestul grăbit, de o clipă, prin care omul reinstaurează legile firii. *A fi, a deveni, a avea* şi *a face* se contopesc în expresia paradoxală „A fost odată ca niciodată, că de n-ar fi nu s-ar povesti". În arhitectură, perspectiva atemporală este simbolizată prin „înlănţuirea fără sfârşit a spiralelor" din stâlpii porţilor, din turnurile Mănăstirii Argeş sau din *Coloana infinitului*.

1.3. *Neamul*

Viaţa în colectiv a fost pentru român forma care l-a ajutat să reziste vitregiilor istoriei („Unde-i unul nu-i putere, la nevoi şi la durere,/ Unde-s doi puterea creşte şi duşmanul nu sporeşte"); munca împreună a compensat automulţumirea cu puţin şi lenea (căci „au pus mână de la mână", s-au „ajutat unul pe altul", şi-au dat „o mână de ajutor" sau „au făcut clacă unii pentru alţii"), mâncarea şi obiectele date de pomană ca formă de ajutor pentru cei săraci din sat; biserica, şezătoarea, hora, cârciuma reprezentau spaţiul de apropiere sufletească – aici se consumau evenimentele importante din viaţa comunităţii, se împărtăşeau emoţiile, se deprindeau meşteşugurile, se petrecea. Prezenţa în aceste locuri era forma de participare la viaţa comunităţii. Colectivitatea îl sancţionează pe cel care „lucrează de capul lui" şi cu care „nu te poţi înţelege".

Modul de manifestare în cadrul colectivităţii a fost imitaţia, spiritul de turmă, conformismul, aceasta însemnând: „a merge pe calea bătută", „a fi în rândul lumii", „a nu ieşi ca păduchele

1. Fapt petrecut, de altfel, şi în planul limbii: *sum pro habeo, habeo pro sum.*

în frunte", „a fi cum se cuvine/cum se cade", „a nu intra în gura lumii", „a nu fi de râsul lumii", „a fi ca toată lumea", „a face cum se face". Imitaţia a fost pentru români o formă de competiţie: „să-i arăt că pot şi eu, nu numai el", iar dacă a adus cocoşul moşului galbeni, şi-a trimis şi baba găina să-i aducă o comoară. Literatura populară este o expresie a spiritului colectivist, deci dezvoltarea ei nu a fost întâmplătoare, dobândind prioritate în faţa creaţiei de autor, a literaturii culte, expresie a experienţei individuale.

S-a spus că, în cultura română, colectivismul s-a manifestat ca un colectivism gregar (bazat pe imitaţie, supunere, docilitate, spirit „de turmă" – C. Rădulescu-Motru) sau pastoral:

> În forma noastră de civilizaţie covârşeşte factorul colectiv. Românul este o fiinţă sociabilă. [...] [El are] legături organice de familie şi pământ (Călinescu, 1941/1982, p. 975).

Forma pe care a îmbrăcat-o colectivismul românesc a fost neamul, extins în spaţiu (rudele, frăţia, vecinul, vatra satului, neamul nostru românesc) şi în timp (din neam în neam). Individul nu se defineşte prin sine, ci prin apartenenţa sa la un anumit neam: este „din neamul Şoimăreştilor", de „neam bun" sau de „neam prost"; mortul se pomeneşte „cu tot neamul lui cel adormit"; jurămintele se fac „pe neamul meu", iar injuriile tot despre neam(uri) vorbesc.

Rudele. Întâi de toate, neamul este familia extinsă: vorbind despre familia sa, românul spune „familia noastră", evocând laolaltă toate rudele de sânge: „în neamul nostru au fost mai multe fete", „nu s-a pomenit aşa ceva în neamul nostru", „e din neamul nostru", „se ţin de neamuri". Relaţiile de rudenie se extind şi asupra înrudirii spirituale: naşii tinerilor căsătoriţi devin neamuri (cumetri) cu familia fetei şi a băiatului. În rudenia naturală sau în cea spirituală, accentul nu cade pe relaţiile afective, ci pe obligaţiile care decurg din relaţie: părinţii trebuie să-şi ajute copiii atât cât pot, căci la bătrâneţe şi copiii vor avea

grijă de ei; rudele toate trebuie să sară în ajutorul celui aflat la ananghie și să fie toate prezente la evenimentele importante, fiecare având un rol precis și obligații mai mici sau mai mari, în funcție de gradul de rudenie; tot neamul dă tinerilor la nuntă un dar, pentru a-i ajuta să se așeze la casa lor; părinții fetei sunt datori să-i facă zestre; nașii, ca rude spirituale, inițiază tinerii în căsătorie și îi veghează, iar finii le mulțumesc nașilor prin daruri; mortul e privegheat de tot neamul; greșelile și păcatele unuia se răsfrâng asupra neamului întreg. Intimitatea are forme concrete de manifestare: neamurile își fac casele alăturate, dorm în aceeași cameră sau în același pat, mănâncă la aceeași masă și din aceeași strachină, își pasc vitele împreună, își împrumută haine și obiecte din gospodărie, își fac casele la fel, țes același model pe ștergare. Rudenia se manifestă prin proximitate și asemănare, uniformitate, imitație. Odată stabilite, relațiile de rudenie persistă, indiferent de destinul familiei: fostul soț, fostul cuscru (unde *fost*, participiul verbului *a fi*, nu are semnificația ieșirii din relație ca „ex", ci reflectă doar o transformare în timp), copilul din prima căsătorie, mamă de-a doua. Apelative desemantizate ca „frate", „soro", „taică", „maică", „uncheașule", „mătușică", folosite de persoane străine de familie, exprimă includerea spontană a vorbitorului în grupul interlocutorului, ca modalitate de exprimare a apropierii emoționale. Importanța familiei în comunitatea rurală este exprimată în metafora morții ca nuntă; îmbrăcarea în rochie de mireasă a tinerei fete moarte înainte de căsătorie exprimă nevoia împlinirii familiei.

Frăția. Rudenia de sânge sau cea spirituală din cadrul familiei se extinde ca rudenie spirituală între străini, frăția, adică: frații de suferință și frații de arme sunt legați prin experiențe și obligații comune, frații de cruce, sunt legați prin jurământ și ritual. În virtutea acestor legături, ei „se au ca frații".

Vecinul. Rudenia de sânge și cea spirituală, înrudirea prin experiențe și sentimente se completează cu înrudirea prin proximitate spațială: vecinii se au bine unul cu altul, „zici că sunt neamuri". Relația de bună vecinătate se bazează pe interese imediate, adică pe același spirit tranzacțional, ca între rude: vecinii își împrumută obiecte casnice, se ajută la treburile gospodăriei (pomana porcului, claca), își sar în ajutor la nevoie. Pe scurt, „cu vecinii trebuie să te ai bine, că nu se știe când ai nevoie de ei", de nu ei „pot să-ți facă cine știe ce rău". În toate situațiile, grupul este spațiul securizant și oferă garanții de loialitate, cumsecădenie, cinste, bună purtare. Oamenii lasă ușile caselor descuiate, pentru că n-are cine să intre să fure ceva, vecinii își păzesc casa unul altuia; „n-ar face una ca asta vecina!"; „e băiat bun, de aici, din vecini"; „poți avea încredere în copilul ăsta, e copil bun, de aici, din vecini". Vecinii își fac mici daruri de sărbători, își dau de pomană și nu merg în vizită unii la alții „cu mâna goală". Vocativele „vecină!", „vecine!" sugerează intimitatea. Apelativele „lele", „bade", „țață", „nene", „tanti" exprimă apropierea dintre oameni. Cu vecinii suntem „ca în familie", „parcă am fi neamuri". Câteodată vecinul ți-e „chiar mai aproape decât unul de-al tău".

Vatra satului. În istoria colectivităților rurale au existat frecvent situații în care toți în sat erau neamuri, pentru că, de obicei, băiatul se căsătorea cu o fată din satul lui sau din satul vecin. Iar dacă nu erau toți din același neam, atunci erau câteva neamuri care se înrudeau metaforic prin vecinătate. Metafora „vatra satului" trimite la imaginea satului văzut ca o familie strânsă în jurul vetrei. Casele sunt împrejmuite cu un gard care delimitează curtea și ograda, dar permite în același timp celui care trece pe uliță să arunce o scurtă privire în curte pentru a da ziua bună gospodarului. Adeseori oamenii ies la poartă, parcă tocmai pentru a nu fi singuri în bătătură și pentru a se vedea cu ceilalți săteni.

Neamul nostru românesc. Metafora se bazează pe sentimentul unui spațiu comun, locuit de persoane care împărtășesc același destin și aceeași limbă. În cultura română, conștiința spațiului comun, pe care nu l-am părăsit niciodată, chiar dacă am fost atacați de nenumărate populații străine, și conștiința unității de

limbă au creat conştiinţa românismului: „Amândoi suntem de-o mamă,/De-o făptură şi de-o seamă/Ca doi brazi într-o tulpină,/ Ca doi ochi într-o lumină". Absenţa unei gândiri şi atitudini comune, ca şi neînţelegerile sunt echivalate cu o excludere din neamul românesc: „Eşti turc!", „Eşti tătar!", „Eşti ţigan!", „Faci pe chinezul!", „Băi, bulgare!".

Neam de neam. Sentimentul de neam îi cuprinde pe toţi locuitorii spaţiului românesc, dar şi pe toţi strămoşii, pomeniţi „din neam în neam", „cu tot neamul lor", „neam de neam". Pomana este, de fapt, o uniune cu spiritul celui mort, cu şirul de morţi din familie.

Graniţele fluide existente în cadrul comunităţii, sentimentul puternic de apartenenţă la grup sunt compensate de separarea netă de ceilalţi. Străinii de neam sunt numiţi printr-o metaforă spaţială: „cei de afară". „Afară" este antonimul lui „aici/la noi".

Comunităţile rurale au perpetuat mentalitatea colectivistă chiar şi în condiţiile modernităţii; comunităţile intermediare, între sat şi oraş, adică mahalalele, au importat modelul colectivismului rural, infuzându-le cu valorile citadine. Oraşul s-a desprins treptat de modelul colectivist; în marile oraşe de astăzi, oamenii tind spre individualism.

1.4. *Cu frica lui Dumnezeu*

S-a spus adeseori că persistenţa poporului în istorie s-a datorat ortodoxiei, care i-a unit pe români şi le-a alimentat conştiinţa etnică. Dar şi că ortodoxia ne-a apropiat de Bizanţ, deci de Răsărit. Religia a jucat un rol important în menţinerea conştiinţei naţionale, îmbrăcând însă o formă particulară în cultura română.

La sfârşitul secolului al XVII-lea, Antim Ivireanul considera creştinismul semenilor săi „un nume uscat şi sec", deoarece comportamentul oamenilor în biserică era nepotrivit: „vorbim şi

râdem şi facem cu ochiul unul altuia, mai rău decât la cârciume", lucrurile sfinte sunt „batjocorite", poruncile lui Dumnezeu „ocărâte", legea „măscărită", căci ce neam înjură ca noi de lege, de cruce, de cuminecătură, de comândare, de lumânare, de suflet, de mormânt, de colivă, de prescuri, de ispovedanie, de botez, de cununie, şi de toate tainele sfintei biserici (*apud* Barbu, 2000, p. 66). La începutul secolului al XIX-lea, un călător străin prin ţările române, Erasmus Heinrich Schneider von Weismantel, scria:

> Aşa după cum sunt originea, firea, obiceiurile şi moravurile lor, tot astfel este şi credinţa şi religia lor, deşi ei se socotesc creştini şi anume de rit ortodox. Totuşi, la oamenii de rând, noţiunile despre creştinism nu merg mai departe decât că ei ştiu că au fost botezaţi, că ar exista Sfânta Treime, îngerii şi Satana şi că ar fi o viaţă veşnică şi o osândă veşnică. Despre cuvântul Domnului şi despre Biblie nu au nicio cunoştinţă, iar puţinii lor preoţi au foarte puţine cunoştinţe, căci nu ştiu mai mult decât doar să citească, iar mulţi dintre ei nici nu ştiu să scrie. Ce este o predică nu ştie nimeni în toată ţara. Popa cântă cântările şi psalmii rituali numai din obişnuinţă, pe lângă popă enoriaşii nici nu sunt în stare să înţeleagă bine şi nici să tălmăcească cele auzite. Ar vrea şi ei să se roage, dar nu ştiu nicio rugăciune, chiar *Tatăl nostru* îl ştiu foarte puţini oameni din toată ţara. Ei cad doar în genunchi înaintea icoanelor, dimineaţa şi seara, mari şi mici, şi în loc de rugăciune fac atâtea cruci câte vor [...]. Totuşi, ca să arate că ei sunt creştini adevăraţi şi că pe deasupra ei mai aparţin singurei religii adevărate, ei se fălesc cu postul şi în fapt şi postesc mult şi aspru [...], iar femeile, măcar că aproape nu ştiu nimic despre cuvântul lui Dumnezeu, ţin morţiş la post şi la ceremoniile lor, deşi ele se duc puţin – şi multe dintre ele chiar deloc – la biserică. Iar fete şi flăcăi nu vezi deloc la biserică, decât doar dacă se duc la nunţi sau intră de curiozitate, că nici preotul nu vrea să-i rabde în biserică (vezi în Barbu, 2000, p. 27).

Mihai Ralea era de părere că nu se poate vorbi de un sentiment religios, ci doar despre „conduite de religie naturistă ori fetişistă primitivă, [în care] superstiţia domină".

> Nu există însă acea pietate sufletească făcută din veneraţie, din adoraţie, din nevoie de comunicare mistică cu marele tot care face esenţa vieţii sufleteşti religioase. Profanarea lucrurilor sfinte prin injurii odioase e foarte curentă la noi şi clerul e foarte puţin respectat. Găsim poate în ţărănime un anumit bigotism bazat pe frică. Dar acesta nu e încă sentimentul religios, făcut dintr-o anumită elevaţiune sufletească (Ralea, 1924/1977, pp. 86-87).

În mod asemănător, Rădulescu-Motru (1942/1996, p. 18) vorbeşte despre „încrucişări spirituale născute din păgânism şi creştinism".

Faptele din istorie par să confirme aceste puncte de vedere: fie că erau obidiţi, inculţi şi neinstruiţi, neînţelegând textul slavon al Bibliei, fie că au format mai târziu o elită cu privilegii sau au reprezentat o unealtă în mâna statului, preoţii nu au adus lumina spirituală oamenilor simpli; credinţa a fost „un labirint de superstiţii" şi un ritual pe care oamenii se duceau la biserică „să îl vadă" pentru „a fi văzuţi" că se duc. „Aşa e bine" – „Aşa face toată lumea" – „Aşa se face" – „Ăsta e rostul". În rest, oamenii abia dacă ştiau o rugăciune, în schimb îşi făceau câteva cruci, spunând în fugă „Doamne, iartă-mă", „Doamne-ajută", „Dă Doamne", „Să te-audă Dumnezeu", „Să te vadă Dumnezeu".

Religia românilor a fost în fapt un creştinism popular, exprimat ca supunere din frică, cerută de legile firii. Românii sunt oameni cu frica lui Dumnezeu. Deşi neexprimată prin vorbe, deşi needucată prin cunoaşterea textelor religioase, credinţa a existat în sufletul românilor, simbolizată prin icoanele din casele lor.

1.5. *Spiritul frust*

Românul are un spirit frust – adică rustic, natural, brut, nelucrat, neprelucrat, primar, primitiv, rudimentar, necultivat, needucat, simplu. Istoria sa politică, militară, socială şi culturală l-au constrâns să se păstreze – fizic, dar şi mental – aproape de natură, departe de acţiunea modelatoare a culturii. Cotropirile numeroase l-au făcut să stea mai mult în munţi, retrăgându-se din calea năvălitorilor, pentru ca, la întoarcerea pe plai, să reconstruiască ce fusese distrus; războaiele nesfârşite nu i-au dat răgazul să stea să se instruiască pentru a-şi cultiva comportamentele şi spiritul; schimbările succesive nu i-au permis să-şi consolideze instituţiile pentru a impune tradiţia constrângerilor formale. În lumea civilizată, guvernată de reguli, el apare ca necivilizat, căci nu se poartă şi nu vorbeşte după reguli construite de oameni, apare sălbatic, întocmai ca natura neamenajată, apare necultivat, exact ca ogorul nelucrat, trăind după legile naturale ale adaptării şi sub zodia norocului.

Stereotipurile care au existat despre români de-a lungul istoriei sunt tocmai expresia acestui spirit frust, valorizat cel mai adeseori negativ de călătorii proveniţi din Occidentul civilizat, cultivat. Dincolo de suprafaţa acestor stereotipuri, care nu sunt de fapt decât expresia unor convenţii ale lumii civilizate, apare spiritul frust, apropiat de natură al românilor. Stereotipurile legate de înfăţişarea românilor evidenţiază robusteţea, sănătatea, naturaleţea necizelată de cultură: chipul aspru, neglijenţa cu sine şi cu casele lor, trupul înalt şi vârtos (secolul al XVI-lea); chipeşi, arătoşi, aveau femei frumoase (secolul al XVII-lea); cu o constituţie bună, zdraveni, răbdători la oboseală, femeile erau frumoase, iar bărbaţii bine făcuţi, sănătoşi, robuşti (secolul al XVIII-lea) (*apud* Barbu, 2000, pp. 15-34, *passim*). Stereotipurile legate de comportamente pun în evidenţă capacitatea de adaptare, instinctul de supravieţuire şi conservare, caracterizat adeseori prin excese care contravin manierelor şi preceptelor sociale şi morale ale lumii civilizate: primitivi, lacomi de bani, născuţi pentru furt, cruzi, cu obiceiuri barbare, conduşi de legea bunului-plac, beţivi, lacomi, trădători, şireţi, tâlhari, se lasă pe tânjală, delăsători, învaţă repede orice limbă (secolul al XVI-lea); puneau la cale uneltiri, duceau o viaţă necumpătată, erau aplecaţi spre hoţie şi tâlhărie, făceau învoieli pe bani, erau înşelători, aveau o ţară bogată, dar nu prin munca oamenilor, căci munca era

dușmanul lor, erau leneși, nepăsători, așteptau totul de-a gata (secolul al XVII-lea). Stereotipurile privind atitudinile pun în evidență lipsa de cenzură și autocenzură în relațiile sociale, manifestările instinctuale: spirit grosolan, necioplit, viteji, dar fără disciplină militară, puși pe harță, războinici, puțin primitori, răi, se poartă autoritar, nervoși (secolul al XVI-lea); buni ostași, veseli în sărăcie, nerușinați, impulsivi, iubitori de noutate (secolul al XVII-lea); recunoscători pentru faptele bune, dar răzbunători când sunt jigniți, curtenitori, amabili, iubitori de străini (secolul al XVIII-lea); nu păstrează amintirea răului mai mult decât pe cea a binelui, se îndrăgostesc repede și uită și mai repede, își iubesc mult țara sau cel puțin vorbesc mult despre ea; sunt capabili de emoții violente și rapide, înțeleg ușor, pricep repede, au instinctul argumentației și vorbirea abundentă, au o curiozitate copilărească (secolul al XIX-lea). În legătură cu educația și instrucția, stereotipurile pun în evidență ignoranța: trăiesc mai mult după legea firii decât după religie (secolul al XVI-lea); aveau preoți ignoranți (secolul al XVII-lea); cu puțină pietate și cucernicie, făcându-și pe tăcute multe cruci și ținând post, inculți, nu se preocupă de învățăturile divine (secolul al XVIII-lea); absența sentimentului religios ce ține de chiar esența ortodoxiei. Lipsa de experiență în organizarea instituțiilor, adică în organizarea culturii, apare în stereotipurile din secolul al XIX-lea: clerul iubește intriga, posibilitatea divorțului dezorganizează familiile și produce o relaxare a moravurilor, literatura e dominată de sentimentul iubirii, se face multă gazetărie, dar, pentru că nu au obișnuință, românii creează multe teorii găunoase. Urmărind evoluția în timp a stereotipurilor, se poate observa o desprindere treptată de natură și trecerea spre cultură a chipului pe care românii îl au în ochii străinilor.

Formele prin care se manifestă spiritul frust al românului sunt: gândirea concretă, spiritul practic, prudența, mândria, omenia.

1.5.1. Gândirea concretă

Relația imediată cu natura a determinat gândirea concretă a românilor, bazată pe percepțiile senzoriale, pe observarea atentă a mediului și a realității înconjurătoare, accentuarea laturii palpabile a existenței, a determinărilor spațio-temporale precise.

Ovidiu Papadima remarca

> tendința rurală specifică de a înțelege și a înfățișa lumea în forme concrete. Chiar și pe aceea a revelațiilor transcendentale, fără a o nega, prin această convertire a liniilor ei imateriale, ci doar umanizând-o într-atât încât să apară mai aproape (Papadima, 1936/1995, p. 34).

Sau:

> E interesant de subliniat același veșnic amestec specific de concret și abstracție, de tragic și de liniște măruntă – în credințele noastre (Papadima, 1936/1995, p. 94).

Autorul își exemplifică afirmațiile prin contaminarea spiritului religios de superstiții puternic ancorate în realitate, prin care se vehiculează însă instrucțiuni de comportament civilizat, sănătos:

> Blidele numaidecât seara să le speli, căci peste noapte lincheşte dracu în ele; De-ți cade bucățica, cer morții, s-o lași, să nu mănânci; Când se face o bortă într-o oală, să n-o ții, că se risipește familia; Să nu muști de unde a mușcat altul, că te muști cu acela și ți-e dușman; Lingurile să nu le lași în strachină, că nu poți să dormi; Când te piepteni, să nu mănânci, că îți mănânci viața; Să nu mături cu mătura pe pat, că-i huit (Papadima, 1936/1995, p. 40, *passim*).

Aceeași infuzare a spiritualității cu o gândire concretă apare și în concepția despre moarte:

> E foarte interesant acest aspect de realism și spiritualitate, în concepția țăranului asupra vieții și a morții. Moartea, pentru acest om, este doar o strămutare în altă lume, omul părăsindu-și numai lutul

pentru un alt trup, mult mai desăvârşit în uşurătatea şi puritatea lui aeriană (Papadima, 1936/1995, p. 69).

Lumea cealaltă este

o lume concretă, o lume ce poate fi văzută şi chiar pipăită, deşi e pe alt tărâm, pe unde omul numai cu gândul poate ajunge (Papadima, 1936/1995, p. 69).

În concluzie:

E un creştinism – dacă vreţi, rudimentar, fără prea multe putinţe de zboruri în transcendent – dar organic şi adânc (Papadima, 1936/1995, p. 29).

Expresiile se bazează deseori pe termeni concreţi şi pe imagini care frizează senzorialul: „a-şi pune capul la contribuţie", „a se da cu capul de pereţi", „a-şi pune în cap", „a se pune cu burta pe carte", „a băga mâna în foc", „a-l rupe în bătaie", „a i se frânge inima", „a-şi da cămaşa de pe el", „om cu scaun la cap", „a o pune de mămăligă", „a o băga pe mânecă", „tobă de carte", „a-şi da cu stângul în dreptul". Metaforele pun adeseori laolaltă termeni concreţi din sfera locuinţei şi a fiinţei: „gura sobei", „piciorul scaunului", „braţul fotoliului", „faţa de masă", „gâtul sticlei", „buza paharului", „ochiul plitei". Comparaţiile cu un termen concret sunt frecvente, învestite cu forţă persuasivă: „trage ca un cal", „se uită ca mâţa-n calendar", „s-a gătit ca o sorcovă", „arată ca o sperietoare", „vorbeşte ca prostu'", „e mare cât o zi de post", „e greu ca plumbul", „vorbeşte ca o moară stricată", „e alb ca varul", „e rece ca gheaţa", „e tare ca piatra" etc.

O interesantă expresie concretă a spiritului este păcăleala: umorul, gluma, ironia sunt întrupate în fapte. Păcală este la români un personaj proverbial.

Consecinţa gândirii concrete este superficialitatea trăirilor afective, ancorate în evenimentul imediat: românul are emotivitate, nu pasiuni devoratoare, nu are viaţă interioară, îi lipsesc remuşcarea îndelungată, intimitatea gândului şi a sentimentului, viaţa sa e obiectivă, se revarsă în gesturi şi acţiuni. Jocul popular este mai degrabă o etalare a costumului şi a calităţilor fizice (sprinteneala băiatului şi graţia fetei) şi mai puţin o exteriorizare a sentimentului.

1.5.2. Spiritul practic

Ancorarea în concret, în realitatea imediată presupune spirit practic, corespunzător necesităţilor supravieţuirii zilnice, rezolvării simple şi rapide a lucrurilor. Un om cu spirit practic este un om abil, descurcărţ, capabil, competent, destoinic, deştept, dibaci, dotat, experimentat, ingenios, iscusit, isteţ, încercat, îndemânatic, înzestrat, meşter, practician, pregătit, priceput, valoros, versat, vrednic, orientat, rutinat. El găseşte o soluţie bună adaptându-se unei situaţii concrete.

Românul e înainte de toate inteligent. Deşteptăciunea sa e vioaie, suplă, dar mai ales limpede. Nicio umbră de misticism ori de nebulozitate nu-i tulbură funcţiunea exactă a minţii sale. Cel care se adaptează are nevoie de reflectare perfect clară, de o luciditate neturburată a condiţiilor mediului, îi trebuie o anumită specie de organizare mintală. El n-are nevoie de inteligenţa aceea bazată pe fantezie, pe plăsmuire imaginativă. N-are nevoie de visuri poetice, de miturile grandioase care falsifică realitatea şi o prezintă altfel de cum este. N-are nevoie nici de inteligenţa abstractă, uscată, prea raţionalistă, prea logică, făcută numai din concepte şi silogisme, rezultată din exerciţii dialectice milenare, aşa cum e inteligenţa evreului. Inteligenţa românului, în adevăr, nu e nici prea imaginativă, nici prea abstractă. E inteligenţa imediată, plină de claritate şi mai ales de bun-simţ. Bergson a definit inteligenţa parcă pentru uzul nostru când a scris că „l'intelligence, c'est le moyen de se tirer d'affaire". E ceea ce se cheamă trivial „învârteala". Nimic monstruos, nimic disproporţionat la român. Nicio ieşire deşănţată, ridicolă. Din contră, un spirit critic foarte dezvoltat pe care-l găsim şi la ţăran, mai ales la ţăranul moldovean aşa de ironic şi aşa de filosof în faţa

societăţii şi a existenţei. O asemenea inteligenţă exclude mai ales naivitatea. Nimeni nu e mai puţin naiv decât românul. [...] Românul nu e candid niciodată. Luciditatea sa, spiritul său critic, bunul său simţ, sentimentul de actualitate nu-i permit. [...] El nu prea visează alături de realitate şi e, cum se zice, totdeauna „la pagină", întotdeauna în contact cu condiţiile prezentului. E atent şi rareori distrat (Ralea, 1924/1997, pp. 85-86).

1.5.3. Prudenţa

Prudenţa este considerată mama tuturor virtuţilor. Ea presupune pătrunderea esenţei lucrurilor, cunoştinţe folosite în scopul unei judecăţi practice cu efecte în plan personal, atenţie, circumspecţie, grijă, precauţie, prevedere, băgare de seamă, luare-aminte, fereală, pază, priveghere, socotinţă, veghere, memoria lucrurilor, inteligenţă, isteţime, agerime, iuţeală a minţii, grijă la detalii. Un om prudent are capacitatea de a-şi controla/inhiba atât emoţiile negative (teama, disperarea, ura, enervarea etc.), cât şi pe cele pozitive (bucuria succesului scontat, nerăbdarea atingerii ţintei etc.).

În spaţiul românesc prudenţa pare să fie rezultatul istoriei zbuciumate:

> Rasa noastră, care a văzut că munca ei este periodic culcată la pământ de seismica politică, a căpătat prudenţe (Călinescu, 1941/1982, p. 975).

Prudenţele au dus, printre altele, la forme de expresie materială discrete, sărăcăcioase, la lipsă de combativitate, la mefienţă.

> Românul construieşte minuscul, solid şi pitit la munte. [...] Îi e frică să atragă atenţia aruncând clopotniţe spre cer (*Ibidem*).

> Ne-am redus individualitatea şi combativitatea la minimum ca să nu irităm inamici prea puternici, ne-am reţinut de la orice afirmare de

sine ca să ne putem salva viaţa. De aceea progresul a întârziat atât. [...] În general românul nu crede în bunătatea oamenilor, n-are o concepţie idilică şi sentimentală a vieţii. Câteodată chiar ideea pe care şi-o face despre oameni, atinsă de bănuială, de mefienţă, are în ea ceva pesimist. [...] Presupune în cel pe care îl cunoaşte mai întâi un duşman şi abia după ce se convinge bine îi acordă încrederea şi atunci încă niciodată complet (Ralea, 1924/1997, pp. 85-86).

1.5.4. Dorul

Gândirea concretă, spiritul practic şi prudenţa se pare că au distras atenţia românului de la lumea interioară a emoţiilor. Preocupat să-i cunoască pe alţii, pe sine s-a cunoscut mai puţin. De aceea, el nu îşi exprimă emoţia: fie pentru că trăirea lui interioară este superficială, fie pentru că nu îşi reprimă emoţia din prudenţă. Dintre emoţiile negative, cel mai adesea îşi exprimă supărarea (în forme arhaice, jalea şi urâtul), un sentiment vag, cu surse şi manifestări multiple. Dintre emoţiile pozitive, bucuria este adeseori exprimată prin forme concrete: a petrece, a se veseli. Sentimentul de nuanţă specific românilor este însă dorul: polar, implicând şi tristeţe, şi bucurie, aplicat şi fiinţei, şi lucrului, el se asociază cu o nedorită distanţă spaţială. „Mi s-a făcut dor de..." – „Mi-e dor de..." – „Mi-a venit dorul de...". Este un sentiment atavic, legat de temerile şi bucuriile trăite de strămoşi în legătură cu spaţiul pe care l-au ocupat continuu, fără a-l părăsi, în ciuda ameninţărilor. Exprimă dorinţa de a partaja acelaşi spaţiu, „de a fi împreună", „de a fi alături de": „Insul singur nu e omul întreg, e omul amputat" (Stăniloae, 2001, p. 110). În spiritul colectivismului românesc, dorul exprimă şi comuniunea viilor cu morţii: fata se duce pe lumea cealaltă cu dorul după băiatul iubit, băiatul poartă şi în mormânt dorul iubitei. Forma concretă prin care se manifestă dorul de cei morţi este pomenirea lor, adică aducerea lor în spaţiul comunităţii prin

cuvânt şi pomană, adică transmiterea unor obiecte ale mortului la alţi membrii ai comunităţii, pentru ca aceştia să-şi amintească de el.

1.5.5. Omenia

Varianta românească a generozităţii, omenia, pare să fie expresia conştiinţei de sine a românului ca fiinţă socială: „om între oameni", „om de omenie", „îşi omeneşte oaspeţii", e omenos şi se poartă omeneşte (adică blând, înţelegător, îngăduitor, cinstit, cuviincios, respectuos, cum se cade, cum se cuvine), îi tratează pe ceilalţi cu omenie (adică binevoitor, cu bunăvoinţă, cinstit, corect). Pentru a fi în rândul oamenilor, omul trebuie să „înveţe ce e omenia", să „ştie ce e omenia", să „dea dovadă de omenie". Pentru a fi apreciat, omul trebuie „să fie om", „să fie om la locul lui", „om la casa lui". În plus, trebuie „să ne înţelegem ca oamenii". „Şi ne înţelegem, ce Dumnezeu, că oameni suntem." Opusul omeniei este „porc de câine", „lepră", „câine de om", „jigodie", adică neom. În spiritul unui colectivism cuprinzător şi umanitar, omul îşi exprimă comuniunea şi cu străinul, în forma ospitalităţii, căci străinul „e şi el om", „e şi el un suflet de om". Ospitalitatea românească, negată de unii călători străini din secolul al XVI-lea, lăudată de alţii începând cu secolul al XVI-lea, îmbină în ea un complex de inferioritate (îl tratează pe străin „ca pe un rege, ca pe domni"), dorinţa de a-şi învinge complexele (de a-i arăta celuilalt că „nici noi nu suntem mai prejos"), interes (ospitalitatea uneori interesată, cu scopul de a câştiga/cumpăra bunăvoinţa, aprecierea, răsplata celuilalt), dorinţa de a-i oferi pribeagului protecţie (a-l face să se simtă ca la el acasă).

2. Stilul de a vorbi al românilor

Stilul de a vorbi al românilor reflectă valorile culturale care îi configurează personalitatea.

2.1. *Limba*

Limba română este o limbă neolatină, cu substrat traco-get şi superstrat slav, care s-a dezvoltat multe secole (din secolul al IV-lea până în a doua jumătate a secolului al XVIII-lea) izolată faţă de alte limbi romanice („insulă de latinitate într-o mare slavă"). Astfel, a conservat unele elemente arhaice (de aceea a fost considerată adeseori cea mai autentică sau pură limbă romanică), împărtăşind cele mai multe trăsături cu romanitatea din cealaltă zonă laterală, din Peninsula Iberică. Structura sa gramaticală este fundamental latină, cu puţine elemente slave (incert neutrul, vocativul în *-o*, câteva desinenţe de origine slavă); în schimb, vocabularul are mai multe straturi etimologice, româna păstrând cuvinte din limbile tuturor culturilor cu care a intrat în contact direct sau livresc, deşi vocabularul fundamental al limbii este esenţialmente romanic.

Reflexul în limbă al eclectismului culturii române îl reprezintă caracterul eterogen al lexicului. Ca şi în societate, şi în lexic s-a manifestat aceeaşi capacitate de adaptare la schimbări succesive, prin adoptarea rapidă şi mimetică a unor elemente dintr-o nouă limbă şi prin renunţarea, la fel de rapidă, la elementele considerate inutile la un moment dat. Diversitatea straturilor etimologice conferă vocabularului limbii române un caracter pitoresc: *groapă, copac, măgar, balaur, barză* (cuvinte din substratul traco-dac); *a ara, boală, boier, ciocan, a citi, a clădi, comoară, drag, hrană, a iubi, muncă, nevastă, plug, a ţese* (cuvinte din superstratul slav); *a ademeni, a bănui, a cheltui, fel, gând, hotar, meşter, neam, oraş, vamă, viclean* (cuvinte de origine

maghiară); *folos, prisos, a lipsi, a părăsi, călimară, pungă, traistă, spital, nostim, plicticos, ieftin, simandicos* (cuvinte de origine neogreacă); *dovleac, dud, salcâm, catâr, dulap, tavan, saltea, basma, ciorap, ciorbă, sarma, dulgher, cântar, murdar, şiret* (cuvinte de origine turcă); *balonzaid, crenvurst, pantof, rucsac, şniţel, fraier, şmecher, ştecăr* (cuvinte de origine germană); *baros, căldu, a paradi* (cuvinte de origine ţigănească); *armată, bilanţ, campion, casier, flaut, locotenent, mitralieră, piaţă, orgoliu, revistă, spaghete, speranţă, a costa, a sfida, a stima, a studia* (cuvinte de origine italiană); *anchetă, apel, avantaj, bluză, elev, gară, grup, hotel, jurnal, palton, priză, şef, şofer, tablou, tren, vot, egal, gri, important, mondial, simpatic, şic, a ceda, a comanda, a prefera, a servi, vizavi, apropo* (cuvinte de origine franceză); *comitet, cooperativă* (cuvinte de origine rusă); *blugi, feedback, lobby, marketing, mass-media, software, cash, sexy* (cuvinte de origine engleză). Coexistenţa contrariilor se manifestă în limbă prin existenţa unor dublete etimologice (*clar, chiar*; *drept, direct*; *cărbune, carbon*; *lapte, lactat*) şi a unor serii sinonimice cuprinzând cuvinte de origini diferite: *cuvânt* (lat.), *vorbă* (sl.); *arbore* (lat.), *copac* (sl.); *a veni* (lat.), *a sosi* (ngr.); *sigur* (ngr.), *cert* (neologism de origine latină); *graniţă* (sl.), *hotar* (maghiar), *frontieră* (fr.); *a ucide* (lat.), *a omorî* (sl.), *a asasina* (fr.). Instinctul autoconservării ca formă de adaptare la schimbare, care a funcţionat în planul mentalităţilor, a însemnat în limbă conservarea caracterului său latin, în ciuda influenţelor diverse exercitate de idiomuri non-romanice. Odată cu Şcoala Ardeleană (a doua jumătate a secolului al XVIII-lea) a început reorientarea culturii spre culturile occidentale şi relatinizarea limbii române ca urmare a contactelor directe (studii, călătorii) şi livreşti (traduceri, manuale) cu culturile neolatine. Formele care siluiau „firea limbii" au fost înlocuite cu altele, „în haine latineşti". Şcoala Ardeleană fost o mişcare politică şi culturală conştientă, dirijată de cărturarii români din Transilvania, în numele unităţii de neam şi limbă, al ralierii la spiritul limbilor noastre surori.

Evoluţia de-a lungul secolelor a limbii române de la latină sub influenţa unor idiomuri străine, dar şi a unor mentalităţi diverse a adus unele modificări şi în structura gramaticală faţă de structura limbii latine: marea diversitate a structurilor impersonale (*plouă, trebuie, nu e bine, e frig, mi-e foame, mă doare capul, se pare că, se ştie că*... etc.), transformarea *sum pro habeo, habeo pro sum* (*cartea este a elevului – elevul are o carte*; *el are un dor la inimă – îi este dor*), dezvoltarea a două structuri pasive (*au fost aduse cărţile, s-au adus cărţile*) cu frecvenţă ridicată în limbă, diversificarea structurilor cu verbe însoţite de reflexiv (*Ion se spală, Ion se gândeşte, Ion se vaită, Ion şi Gheorghe se salută, Ion şi-a pierdut stiloul*), specializarea prepoziţiei *pe*, la origine cu sens locativ, ca marcă a complementului direct uman specific (*L-am văzut pe Ion*), dublarea complementului direct animat specific (*Am văzut fotografia, Am văzut copilul, L-am văzut pe copil*) şi a complementului indirect (*I-am spus şi lui ce s-a întâmplat*), dezvoltarea structurilor cu dativ posesiv (*Mi-am aşteptat copilul la gară*), reorganizarea sistemului politeţii în trei trepte (*tu-dumneata-dumneavoastră*) etc.

Formarea limbii literare pe baza românei populare, adică a limbii vorbite, a însemnat fixarea în limbă a unui mare număr de forme fluctuante ca structură gramaticală, a unor paradigme gramaticale cu multe iregularităţi şi excepţii, a unor structuri inconsecvente, a unor sensuri relativ imprecise. Activităţile de normare a uzului au tolerat inconsecvenţele şi au găsit soluţii de compromis prin acceptarea în normă a mai multor variante din uz. Acţiunile normative au fost adeseori influenţate de conjuncturi politice (reforma lui *î* şi *sînt* din 1953, a lui *â* şi *sunt* din 1993). Reintroducerea lui *â* şi *sunt* în 1993 a fost o schimbare ca scop în sine, operând cu criterii politice şi emoţionale în domeniul convenţiilor justificate ştiinţific.

În atitudinea sa faţă de limbă, cultura română îşi vădeşte afinităţile cu Orientul:

> Limba aci, în Răsărit, nu e privită ca un simplu material disponibil, asupra căruia să se poată aplica iniţiativa individuală; aici limba e privită ca un organism viu şi supraindividual, ca un organism mai

larg în care insul se integrează cu firească evlavie [...] Respectul înnăscut al răsăriteanului faţă de grai, privit ca un fapt organic, care-i depăşeşte drepturile de iniţiativă, a împiedicat o diferenţiere dialectală prea violentă. Abaterile individuale stau în răsăritul nostru sub controlul firesc al unei puteri anonime; ele sunt „păcate" cari nu se pot consuma în slobozenie ca în Apus. Unitatea limbii româneşti nu e deci o problemă filologică, nici politică, ci o problemă foarte adâncă, de filosofie a culturii şi de filosofie a stilurilor de viaţă. [...] Aci limbile literare s-au născut încetul cu încetul din graiurile populare şi-şi păstrează necurmat legătura cu această matcă. Aci limbile literare cresc ca nişte organisme, fiind şi astăzi alimentate din izvoare populare. Între limbă literară şi grai popular se va păstra aci totdeauna un fel de osmoză organică. Nu fiindcă limbile literare ar fi mai puţin „gata" decât în Apus, ci fiindcă acesta e duhul stilistic al locului (Blaga, 1936/1985, p. 217).

2.2. *Strategiile de comunicare*

Strategiile de comunicare reprezintă alegerile discursive pe care le fac vorbitorii în situaţii concrete de interacţiune pentru a-şi atinge scopurile comunicative. Există o diversitate de factori sociali, psihologici şi individuali care determină aceste alegeri. Ele se consumă însă toate în spaţiul determinat al culturii, deci factorii culturali sunt esenţiali sub aspectul disponibilităţilor pe care le au vorbitorii. Fiecare cultură pune la dispoziţia vorbitorilor ei un set particular de opţiuni comunicative. Caracterizările ce urmează se bazează pe prezentările făcute în capitolul III, „Stiluri culturale de comunicare". Ele sunt detaliate în Andra Vasilescu, *Cum vorbesc românii. Studii de comunicare (inter)culturală*, Editura Universităţii din Bucureşti, 2007.

Practicile discursive ale românilor pendulează între cuvânt şi tăcere. Tipurile predilecte de discurs sunt discursul public (în faţa mulţimii, adică în piaţa publică sau în Parlament), discursul argumentativ (în instanţă), discursul fatic, flecăreala (de stabilire şi întreţinere a contactelor sociale: „vorbim să ne aflăm în treabă", „să ne treacă timpul", „să ne facem de lucru", vorbim chiar şi dacă nu avem nimic de zis, „ne băgăm în vorbă"), intriga („a duce vorba de colo-colo", „a face vorbe", „a scoate vorbe", „a umple satul cu vorbe"). Rezultă din enumerarea acestor forme preferate un model monologic de comunicare, în care vorbitorul tinde să monopolizeze cuvântul, pretinzând interlocutorului să îl asculte; această formă de interacţiune verbală apare şi în interacţiunea didactică, în şedinţele de la locul de muncă, la medic etc. Monologul are de obicei un caracter slab structurat (cu reveniri, paranteze, repetiţii, treceri de la o idee la alta, adică bazat pe un limbaj al momentului neprecedat de o planificare atentă). Se preferă comunicarea orală comunicării scrise („facem înţelegeri" verbale şi „batem palma" în loc să semnăm contracte), comunicarea directă comunicării mediate (dialogul „ochi în ochi" îl percepem mai eficient decât convorbirea telefonică). Comunicarea este centrată pe vorbitor – important este ca acesta să spună ce are de spus, în forma în care o doreşte, iar problema înţelegerii cade exclusiv în sarcina interlocutorului („Înţelegi ce vrei...", „Dacă înţelege bine, dacă nu, iarăşi bine, eu i-am spus ce aveam de spus..."). Până după 1990 şcoala nu a promovat programe speciale pentru deprinderea tehnicilor de redactare şi de discurs public, abilităţile de scriere şi vorbire fiind lăsate în seama talentului şi al intuiţiei.

Construirea semnificaţiei se bazează de obicei pe reguli laxe. În ceea ce priveşte selecţia *tiparului discursiv*, per ansamblu, se poate vorbi despre predominanţa tiparului inductiv, deşi se întâlnesc şi texte structurate pe tiparul deductiv, pe un tipar hibrid (combinând cele două tipuri de bază), sau texte fără vreun tipar anume, în care semnificaţia se constituie prin acumulare de elemente lăsând implicită concluzia. Înţelegerea mesajului pare să fie o problemă de adaptare la vorbitor. *Progresia tematică* nu este de obicei liniară: pauzele, repetiţiile, revenirile, anticipările rup coerenţa internă a textului. *Gradul de focalizare* a informaţiei este scăzut: temele se tratează superficial, în termeni

vagi, se fac afirmații generale fără a fi detaliate, se presupune existența unei cantități mari de informație împărtășite cu interlocutorul; nu există de obicei o idee centrală formulată explicit, ci mai multe idei neierarhizate, juxtapuse, aflate pe același plan, sau o idee vagă, pe care interlocutorul trebuie să o deducă din context. Uneori intenția comunicativă a interlocutorului este imprecisă, iar scopul – nedeterminat. *Narativizarea* este o formă de punere în scenă în care vorbitorul își asumă rolul de regizor; când povestește, românul insistă asupra cronologiei evenimentelor, a detaliilor picante sau cu semnificație afectivă, introduce pasaje în vorbirea directă (*și el zice, și eu zic, și el zice, și eu zic...*); obiectivitatea este un element secundar, contează punerea în scenă, vizualizarea episoadelor de către interlocutor, precum și transmiterea aprecierilor și a emoțiilor personale. Românul nu relatează sec fapte, ci „mai pune de la el", „le înflorește", „exagerează", „spune numai ce-i convine", „povestește din doi în doi". *Componenta persuasivă* a comunicării nu se află în text, ci în relația dintre interlocutori: șeful își convinge subalternul în virtutea poziției ierarhice, cuvântul specialistului/profesorului/celui mai bătrân este luat „de bun", fără reflecție critică, părinții își conving adeseori copiii prin autoritarism. Există, în fapt, reguli nescrise pentru cine pe/de cine „ascultă" (adică face cum îi spune acea persoană), cine pe cine poate contrazice. Legea lui „a crede pe cuvânt" îl scutește pe vorbitor să mai argumenteze: „faci cum spun eu, că știu ce spun", „faci ca mine, că sunt bătrân și-am văzut (mai) multe decât tine", „ori faci cum spun eu, ori mă lași în pace", „fă, nu mai comenta" impun un raționament tautologic; „ordinele nu se discută, se execută" impune autoritatea forței, dublată uneori de „a țipa la el", „a se lua de el", „a-i face morală/scandal" sau chiar „a-l obrăznici", „a-l da pe ușă afară". Argumentul etic (autoritatea persoanei) prevalează, deoarece comunicarea, ca în toate culturile în care distanța față de putere este mare, nu se desfășoară de pe poziții interpersonale, ci de pe poziția de rol; apelul la mit (credințe, superstiții, proverbe, tradiții) este convingător „în sine", pentru o comunitate pancronică,

ancorată în valorile neamului, vehiculate stereotip prin proverbe și zicători; argumentele emoționale sunt preferate argumentelor logice, acestea din urmă fiind preferate în special de persoanele instruite. Orientarea socioemoțională a indivizilor îi face să fie sensibili în special la argumentele emoționale care reflectă experiențe de grup, trecute sau viitoare, bunele practici ale grupului.

În mod evident, cultura română este o *cultură orală*; primul document scris integral în limba română este din 1521 (*Scrisoarea lui Neacșu din Câmpulung*); majoritatea populației nu a învățat să scrie și să citească până târziu, în secolul al XIX-lea (la înființarea învățământului obligatoriu în limba română); dualitatea spiritului s-a manifestat și prin dualitatea lingvistică (limba scrisă a fost timp de secole limba slavonă, în vreme ce limba conversației curente era româna); traducerile în română au fost târzii (secolul al XVI-lea), corupte de imitarea originalului; în secolul al XIX-lea învățătura era privilegiul elitelor, în timp ce pentru oamenii simpli, a merge la școală era o aspirație și un titlu de glorie. Și astăzi educația este un factor care imprimă un caracter ierarhic relațiilor dintre interlocutori („Sunt de 30 de ani profesor!", „A făcut școala la Paris!", „E om cu carte multă..."), dar și sursă de superioritate morală: românii se mândresc cu cultura lor, iar în vorbirea intelectualilor *incult* are o conotație negativă. Uneori se face opoziția, justificată istoric, *om citit, cultivat, deștept – țăran, incult, prost.* Dată fiind esența orală a culturii române, în construirea și decodarea semnificației un rol important îi revine *contextului.* Semnificația se află în context, nu în text. Deseori, pentru interpretarea semnificației interlocutorii detaliază elementele contextului în care s-a produs comunicarea: „și ce a mai spus?", „și era nervos?", „cum a spus, exact?", „tu ce i-ai răspuns?", „dar nu a întrebat de ce?". Prin acest mod de a iscodi – aparentă curiozitate –, interlocutorul caută să afle cât mai multe detalii care să-i permită să contextualizeze și să interpreteze mesajul cât mai corect. Elementele nonverbale joacă un rol important, iar intuiția îi ajută pe români să înțeleagă foarte bine semnificațiile transmise implicit.

> Cuvântul săteanului este un cuvânt-gest. El exprimă stări sufleteşti subiective şi prea puţin înţelesuri obiective. Pe acestea din urmă săteanul n-are nevoie să le exprime cu tot dinadinsul, deoarece ele sunt prezente în mintea tuturor sătenilor sub formă de credinţe, de proverbe; ele circulă în întreg satul ca un avut comun [...]. Între sătenii care îşi vorbesc în sat stă la mijloc, înlesnindu-le înţelegerea, actualitatea sufletească pe care o dă tradiţia. Abia apucă a vorbi unul, că ceilalţi au înţeles ce vrea să spună. Ei se cunosc între ei prea bine, iar noutăţile satului sunt prea rare. Cu totul altfel, în aglomeraţiile mari de populaţie, în care a slăbit sau chiar a dispărut comunitatea sufletească întreţinută prin tradiţiile etnicului. Aci, nemaifiind o intimitate de toate zilele între vorbitori, cuvintele ce se schimbă între ei trebuie ca prin proprietăţile lor să producă comunitatea de suflet necesară pentru a fi înţelese (Blaga, 1936/1985, p. 81).

Determinarea contextuală a semnificaţiei permite folosirea unui număr mare de elemente deictice (*el, ea, aici, acolo*), elipse recuperate contextual, expresii vagi (*chestia asta, treaba aia, asta*), lăsarea unor enunţuri neterminate, neexprimarea unei semnificaţii şi mutarea ei în spaţiul interlocutorilor (*ştii tu, nu e nevoie să-ţi mai spun eu, ştii ce-am vorbit*), enunţuri puţin elaborate şi structurate sub aspect gramatical (se preferă adeseori juxtapunerea semnificaţiilor, nu ierarhizarea lor prin coordonare), raporturile circumstanţiale dintre enunţuri sunt uneori implicite, redate prin intonaţii şi pauze, nu prin conectori. Nu întâmplător, în stilul informal apare un număr mare de termeni neaoşi, comparaţii şi metafore de sorginte populară, proverbe şi zicători; este evocat astfel stilul conversaţional autentic, românesc.

În *performarea actelor de vorbire* există câteva tendinţe generale. Aserţiunile se performează adeseori atenuat, eventual modalizate ca incertitudine, consultare a interlocutorului. Lipsa de asertivitate este, în cultura română, consecinţa prudenţei; atenuarea aserţiunii dă posibilitatea revenirii asupra ei, modificarea fără a fi afectate foarte mult relaţiile interpersonale. Prin faptul că impun o obligaţie interlocutorului, întrebările sunt percepute adeseori ca ameninţări la adresa lui („Nu mă mai întreba atâtea", „Cine e curios moare repede"); de aceea, există situaţii în care protocolul de comunicare presupune ca vorbitorii să se abţină de la formularea de întrebări (întrebările prea numeroase puse de elevi profesorului pot fi percepute ca agresiuni; subalternii evită să pună întrebări şefului), eventual să recurgă la reformularea lor ca sugestii, opinii cu structură declarativă şi intonaţie ezitant-descendentă. Directivele, ordinele se dau, de obicei, direct, atenuate la nivel lexical („Închide geamul, te rog frumos/dacă se poate/dacă nu te deranjează") sau convertite în structuri declarative („Mă gândeam să deschidem geamul"). Promisiunile sunt făcute pentru a fi încălcate; nu apare întotdeauna cu claritate dacă o promisiune este sau nu sinceră: a nu te ţine de cuvânt este o practică frecventă, în ciuda prescripţiei culturale „e frumos/e bine/trebuie să te ţii de cuvânt"; „a da plasă cuiva", „a chiuli", „a zice că ai uitat" sunt forme de neîndeplinire a promisiunii. Încălcarea promisiunii nu pare să genereze mari probleme sociale, ci doar să-i aducă celui care nu şi-a ţinut cuvântul eticheta de „neserios". Forme specifice de întărire a promisiunii şi a intenţiei sincere a vorbitorului sunt „pe cuvântul meu de onoare", „îţi dau/ai cuvântul meu", „zău", „jur pe ochii mei/pe copilul meu/pe sfânta cruce", „să nu-mi ajute Dumnezeu". Actele de vorbire expresive sunt adeseori enunţuri cu structură exclamativă („Ce frumos!") sau formule ritualice, invocând esenţele şi ritmurile firii („Să vă dea Dumnezeu sănătate!", „Să fie într-un ceas bun!", „Noroc!", „La mulţi ani!") sau invocând elementul concret („La revedere!", „S-auzim de bine!", „Drum bun!", „Casă de piatră!"). Există o corelaţie între preferinţa pentru actele de vorbire indirecte/directe şi distanţa discursivă, gradul de intimitate: cu cât distanţa discursivă dintre interlocutori este mai mare, cu atât tendinţa de folosire a actelor de vorbire indirecte este mai mare, precum şi tendinţa de intensificare sau atenuare a expresiei; cu cât gradul de intimitate dintre interlocutori este mai mare, cu atât este mai mare libertatea folosirii actelor de vorbire directe, necorupte de atenuatori şi intensificatori; folosirea actelor de vorbire indirecte, atenuate sau intensificate în vorbirea dintre persoane cu grad de intimitate ridicat generează implicaturi conversaţionale (pedanterie, ironie, glumă etc.).

Maximele cooperării (cantitatea, calitatea, relevanţa şi maniera) au o maximă supraordonată: maxima prudenţei. „Fii prudent!" Prudenţa comunicativă este legată de posibile consecinţe negative în plan evenimenţial şi/sau deteriorarea imaginii publice a unuia dintre interlocutori. Cuvântul este pus deci sub semnul prejudiciilor pe care le poate aduce: „Atenţie ce şi cum vorbeşti în lume!", „Vezi ce şi cum îi spui", „Să nu cumva să spui pe urmă că am zis eu asta!", „Eşti gură spartă, nu stă deloc vorba în tine!", „Gura bate fundul!", „Vorbeşte gura fără ea!", „Gura o strică!", „N-ai avut atâta minte să fi tăcut...", „Gândeşte-te de două ori înainte să scoţi vorba din gură", „Vorbeşte mult şi prost", „Spune multe şi de toate", „Şi-a dat drumul la gură". Din perspectiva stilului românesc de comunicare, maximele comunicării sunt exploatate de vorbitori pentru a măsura, a pune în balanţă, a cumpăni costurile şi beneficiile comunicării. Maxima prudenţei se aplică contextual, în funcţie de tema de discuţie, de interlocutor, de locul comunicării. A da mai puţină informaţie decât se cere nu este o maximă transcontextuală (cum se întâmplă în unele culturi), ci, în funcţie de context, vorbitorul face acest lucru din diverse motive: pentru că vrea să evite consecinţele negative ale implicării în subiectul respectiv, pentru că vrea să protejeze o terţă persoană, pentru că vrea să protejeze imaginea interlocutorului („Nu mi-a venit să-i spun direct în faţă"), pentru că este răuvoitor în legătură cu interlocutorul, pentru că reţine informaţie ca expresie a puterii intradiscursive (solicitarea unor informaţii la ghişee publice). A da mai multă informaţie decât se cere este adeseori semn de volubilitate, interes comunicativ, ospitalitate (grijă, protecţie faţă de interlocutor). A spune un neadevăr poate însemna „o minciună albă", o formă de manipulare, o modalitate de a scăpa dintr-o încurcătură protejând atât imaginea publică a vorbitorului, cât şi pe cea a interlocutorului. Relevanţa este adeseori influenţată de gradul de dependenţă contextuală a mesajului; mesajul pare vag, confuz, deloc la subiect pentru că intenţia comunicativă nu este precisă, mesajul se bazează excesiv pe informaţia contextuală partajată, se face apel la elemente nonverbale numeroase, iar structura este neelaborată. Maniera de formulare a mesajului este adeseori prolixă din cauza unor fraze ample; confuză, din cauza lipsei unei intenţii comunicative clare sau a unui scop precis determinat; neclară, din cauza folosirii unor termeni vagi sau a lipsei de structurare a informaţiei conform unui pattern discursiv. Atât lipsa de relevanţă, cât şi manierea ambiguă se pot corela cu intenţia vorbitorului de a evita răspunsul.

Negocierea se bazează pe reguli interpersonale: „Pentru dumneavoastră e numai 10 lei, că sunteţi clientul meu". Scopul nedeclarat al fiecărui negociator nu este găsirea unei soluţii în comun acceptate, ci impunerea propriului punct de vedere: „Ca mine sau deloc". De aceea, accentul nu cade pe dezbaterea problemei şi pe argumentarea ei raţională, ci pe evidenţierea avantajelor propriei soluţii. Afectele sunt adeseori implicate în negociere; nesatisfacerea soluţiei personale antrenează emoţii negative. Fiecare dintre negociatori tinde să reitereze punctul său de vedere, repetitiv, ignorând punctul de vedere al celuilalt. Uneori există în negociere lucruri care nu se spun explicit, ci sunt considerate cunoscute de interlocutor sau se dau doar de înţeles; verificarea gradului în care celălalt a înţeles punctul de vedere propriu se face rareori, fiind interpretată de interlocutor ca aluzie la incapacitatea sa de a înţelege („Lasă c-am înţeles eu foarte bine, că nu-s prost, nu-mi spune tu mie"). Spiritul frust se reflectă în negociere prin afirmaţii directe: „Nu e bine cum vrei tu", „Nu ai dreptate", „Nu îmi convine", „Aşa nu-i drept". Negocierea este deseori influenţată de relaţiile dintre interlocutori (diferenţele de statut constituie un argument etic puternic). Insistenţa pe divergenţă, repetitivitatea, implicarea afectelor, exagerarea beneficiilor personale, ignorarea soluţiei celuilalt, toate acestea apropie negocierea de conflictul verbal: „Până la urmă ajungeţi să vă şi bateţi...". Este posibil ca lungi pledoarii în favoarea soluţiei personale, discursuri paralele, digresiuni să nu finalizeze negocierea şi să ducă la încheierea negocierii fără nicio soluţie: „Mai vedem, mă mai gândesc", „Lăsăm pe mâine". Eşecul negocierii poate fi semnalizat prin exprimarea unei emoţii negative

indefinite: „M-am supărat, nu mai vreau şi gata". Eşecul în rezolvarea problemei din cauza prevalării emoţiei negative este surprins în zicala „S-a supărat ca văcarul pe sat".

În negocierea accesului la cuvânt *iniţiativa verbală* aparţine, în relaţiile ierarhice, superiorului, care introduce, întrerupe, schimbă tema, decide încheierea schimbului verbal; se presupune că inferiorul trebuie să reacţioneze la intervenţiile superiorului. Când, din diverse motive, inferiorul are iniţiativa verbală, el recurge la presecvenţe, prin care se scuză pentru perturbarea regulilor de dialog („Mă scuzaţi că vă deranjez, aş vrea să vă rog ceva") sau prin care cere cuvântul („Aş putea să vă spun ceva?"). Între egali, iniţiativa verbală este liberă. Oamenii care au iniţiativă verbală sunt consideraţi inteligenţi, simpatici, „ai ce vorbi cu ei"; cei lipsiţi de iniţiativă verbală sunt consideraţi „prostuţi", „timizi". Lipsa iniţiativei verbale poate fi interpretată şi ca lipsă a interesului comunicativ, plictiseală, lipsă de cunoştinţe în domeniul temei de discuţie.

Accesul la cuvânt este controlat de reguli de statut: inferiorul poate întrerupe, reglează lungimea replicilor participanţilor; replica sa este respectată de interlocutor, fără a fi întreruptă. Prescripţia culturală explicită este „Nu e frumos să întrerupi". Cu toate acestea, între egali, accesul la cuvânt este liber. Replicile sunt cel mai adesea scurte; există multe suprapuneri şi întreruperi, considerate formă de coparticipare interesată la discuţie. Suprapunerile sunt relativ lungi. Uneori între replica vorbitorului curent şi cea a interlocutorului există o pauză extrem de scurtă, astfel încât cele două replici apar ca sudate. Tempoul vorbirii este mai rapid în Muntenia şi Moldova, mai lent în Transilvania. Oamenii vorbesc mult, animat şi relativ tare, deşi prescripţia culturală este „Nu-i frumos să vorbeşti tare". Vorbitul tare este apreciat ca „vulgar", adică popular, vorbitul calm şi cu voce mai joasă este considerat distins, stilat, propriu omului educat. Persoanele vorbăreţe sunt percepute ca volubile, simpatice, „de lume" („Dragostea din ce-i făcută?/ Din ochi dulci şi vorbă

multă"); taciturnii sunt percepuţi ca „ascunşi", „morocănoşi", „urâcioşi" („Urâtul din ce-i făcut?/ Din omul care-i tăcut"). Volubilitatea se corelează cu strategii ale politeţii pozitive şi apare între egali; atitudinea verbală reţinută se corelează cu strategiile politeţii negative şi este frecventă în relaţiile ierarhice. Intenţia de a păstra cuvântul se marchează de obicei prin elemente paraverbale (ridicarea tonului, viteza vorbirii, vorbirea simultană cu interlocutorul); marcarea explicită de a păstra cuvântul („lăsaţi-mă să termin", „ascultaţi-mă puţin", „un lucru vă mai spun şi am terminat") este o formă emfatică de exprimare a intenţiei discursive (datorită caracterului său explicit, direct) şi prin aceasta generează implicaturi conversaţionale care includ un reproş, o contestare la adresa interlocutorului sau o emoţie negativă (iritarea de a fi fost întrerupt).

Semnalele de recepţie din română sunt extrem de variate sub aspectul structurii şi al semnificaţiei vehiculate: unele sunt vide semantic (*îhm, aha, aşa*), altele sunt expresii concentrate ale unor emoţii sau impulsuri voliţionale (*oo!, a..., a, vai!, la naiba!*), altele sunt expresii ale atitudinii ascultătorului faţă de interlocutor (acord, empatizare cu acesta: *fireşte!, bineînţeles!, sigur!*). Semnalul de recepţie *da* este un stereotip verbal, care poate să nu semnifice neapărat acordul real cu vorbitorul. În principiu, un număr mare de elemente pot funcţiona contextual ca semnale de recepţie, iar acelaşi semnal se încarcă funcţional, din context, cu semnificaţii variate, marcate prin intonaţie. Frecvente sunt semnalele de recepţie nonverbale. Funcţionarea semnalelor de recepţie este reglată de principiul politeţii: când se adoptă strategii ale politeţii deferente în raport cu un superior, semnalele de recepţie sunt, în general, nonverbale, pentru a se evita întreruperea vorbirii superiorului; când relaţiile dintre vorbitori sunt de egalitate, atunci semnalele de recepţie sunt frecvente, plasate de obicei spre sfârşitul replicii vorbitorului curent. Semnalele de recepţie pot fi emfatizate prin mimică şi gesturi, prin repetiţie (*da-da-da*), prin marcare intonaţională suplimentară. Uneori ele sunt integrate în perechea de adiacenţă printr-un conector specific (*păi*).

În cadrul interacţiunii, accentul cade nu pe rezolvarea problemei, ci pe negocierea *relaţiilor interpersonale*. Conservarea imaginii publice reciproce este scopul ambilor interlocutori, astfel încât aceştia se concentrează mai puţin asupra tehnicilor de transmitere eficientă a informaţiilor şi mai mult asupra tehnicilor de construire a imaginii personale, de menţinere sau flatare a imaginii interlocutorului: „Tonul face muzica". Astfel se explică preferinţa pentru acte de vorbire indirecte („Bate şaua să priceapă iapa", „Spune pe ocolite", „O ia pe departe"), frecvenţa atenuatorilor şi a intensificatorilor de expresie, amplificarea intervenţiei cu presecvenţe (*sper să nu te superi, să nu mi-o iei în nume de rău, vreau să înţelegi bine ce spun*), cuvinte de umplutură, precum şi fenomene ca ezitări, false începuturi, pauze strategice, semnale de recepţie marcând falsul acord (*da, sigur, de acord, evident*), empatizarea cu vorbitorul, zâmbetul folosit ca mască a dezacordului sau a afectelor negative. Expresii ca „Nu aşa se vorbeşte", „Nu ştie să vorbească" se referă tocmai la inabilitatea vorbitorului de a construi relaţia interpersonală, în timp ce expresii ca „Să văd cum îl iau să-l conving" reflectă preocuparea vorbitorului pentru relaţie, nu pentru dezbaterea lucidă a problemei. În narativizări conţinând relatarea unui dialog cu interlocutorul, apar deseori comentarii ale vorbitorului de tipul *să vezi ce simpatic a fost, m-a enervat foarte tare, era prost dispus, n-am înţeles nimic de la el*, reflectând încărcătura emoţională pe care vorbitorul o ataşează interacţiunii evocate (simpatie, enervare, disconfort, frustrare). Uneori, apelative desemantizate în diferite grade sintetizează relaţiile dintre interlocutori: *fată!*, *gagiule* (intimitatea exprimată argotic), *dom'le* (nemulţumirea), *drăguţă* (superioritatea de vârstă sau ierarhică), *duduie* (distanţa politicoasă), *domnişorică* (simpatia), *iubită doamnă* (aprecierea, respectul), *băi* (intimitatea informală) etc. Intonaţia şi elementele nonverbale joacă un rol important în negocierea relaţiei interpersonale, iar strategiile politeţii negative sau pozitive se plasează în special la nivel lexical.

Comunicarea fatică are un rol important în cultura română. Socializarea, întreţinerea canalelor de comunicare deschise se

realizează prin flecăreală, bârfă, gargară, şuetă. În spaţiile publice, necunoscuţii intră uşor în vorbă (la coadă, la policlinică, în staţia de autobuz, în tren), abordând superficial teme impuse de situaţia de comunicare (sănătate, orarul autobuzelor) sau generale, legate de vreme, politică, familie; temele sunt, de obicei, abordate superficial şi conţin supraordonate acte de vorbire de tipul sfaturi, atenţionări, nemulţumiri legate de aspecte variate ale vieţii sociale. Ca secvenţe introductive în cadrul dialogului, secvenţele fatice sunt reduse, uneori pot lipsi, datorită sentimentului comunitar existent între vorbitori şi datorită poziţiei de rol care predetermină interacţiunea.

În ce priveşte *deschiderea comunicativă* şi *intimitatea discursivă*, cultura română se plasează între culturile individualiste şi cele colectiviste. Reticenţa comunicativă cu străinii sau ospitalitatea faţă de ei este reglată de intuiţie: românul îl măsoară pe străin „din cap până în picioare" pentru a decide dacă este „om rău" sau „om bun". Aceasta face ca interacţiunea cu străinii să se desfăşoare mai degrabă de pe poziţii interpersonale. În schimb, comunicarea cu membrii grupului se face de pe poziţii de rol, iar rolul social este cel care dictează gradul de deschidere comunicativă: faţă de superiori există o relativă închidere comunicativă, în schimb cu egalii gradul de intimitate este mai mare; autodezvăluirea poate fi folosită pentru a obţine milă, favoruri de la superiori; vechimea relaţiei modelează gradul de intimitate („Ne cunoaştem de-o viaţă, şi cu rele, şi cu bune").

Politeţea şi impoliteţea comunicativă sunt reglate prin relaţiile de rol. Asimetria relaţiei de comunicare impune un grad crescut de politeţe, în timp ce simetria relaţiei poate antrena renunţarea la unele mărci ale politeţii, care rămân implicite, sau poate atrage, prin antifrază, folosirea unor mărci ale impoliteţii. Ierarhia favorizează selecţia unor mărci ale politeţii negative, în timp ce egalitatea percepută între interlocutori induce orientarea mai degrabă spre mărci ale politeţii pozitive. Marcarea relaţiei dintre interlocutori se face prin apelative specializate. Nu există însă

scripturi rigide ale politeţii în cultura română, ele putând fi negociate de interlocutori în funcţie de situaţia de comunicare.

Empatizarea cu interlocutorul este direct proporţională cu gradul de intimitate discursivă. În relaţiile instituţionale, în cele cu străinii sau cu membri ai grupului puţin cunoscuţi, vorbitorul tinde să empatizeze puţin şi superficial. Relaţiile bazate pe intimitate presupun afecţiune şi obligaţii ce decurg de aici; expresiile empatizării nu sunt multe, de obicei succinte (*înţeleg, te înţeleg, cred, sigur-sigur, vai*), rolul principal revenind elementelor paraverbale şi nonverbale (de pildă, confesiunea tristă a vorbitorului îl poate determina pe interlocutor să plângă; bucuria vorbitorului se manifestă la ascultător prin mimica bunei dispoziţii şi prin râs; exprimarea nemulţumirii de către vorbitor poate determina la interlocutor o mimică a nemulţumirii). Adeseori, empatizarea se realizează prin manifestarea interesului faţă de temă (*şi?, şi ce altceva?*), prin completarea ideilor vorbitorului cu mărturii suplimentare ale interlocutorului în acelaşi sens, ca formă de sprijin comunicativ.

În planul *emoţiilor*, cultura română se manifestă prin „vag emoţional", în sensul că indivizii îşi analizează puţin emoţiile, le exteriorizează superficial şi imprecis, trăiesc emoţii de nuanţă (dor, supărare, bucurie), de obicei de scurtă durată şi fluctuante. În schimb, joacă un rol crescut în cizelarea relaţiilor interpersonale. Emoţia de grup prevalează asupra emoţiei individuale. Românii tind să-şi exteriorizeze în special emoţiile negative (nemulţumire, indignare, frustrare, dispreţ), în timp ce emoţiile pozitive sunt exprimate mai superficial şi mai succint. Mărcile discursive ale emoţiei sunt preponderent nonverbale şi paraverbale. Există două structuri sintactice tipice pentru exprimarea emoţiei, în care experimentatorul nu apare ca subiect sintactic, ci în poziţia de complement direct sau indirect: *Mă înspăimântă, Mă enervează, Mă stresează, Mă plictiseşte, Mă bucură, Mă uimeşte* şi *Mi-e dor, Mi-e urât, Mi-e frică, Mi-e teamă, Mi-e lene, Mi-e drag de/să* (cu realizarea eliptică *mi-e – Mi-e să nu zică ceva*) sau *Îmi pare bine, îmi pare rău*. Interesantă este raportarea la emoţie

prin intermediul altui agent declanşator (*Mă enervează* înseamnă „El face ca eu să mă enervez") sau la un agent indeterminat (*Mi-e frică* înseamnă „Există starea de frică la care mă raportez"). Transferarea răspunderii pentru declanşarea emoţiei unui agent extern este explicită în structuri de tipul *Turcii au adus cu ei multă jale în Ţara Românească* sau *Mă faci să-mi fie frică/să regret/să plâng*. Există numeroase expresii prin care emoţiile capătă un suport concret de expresie („a-şi ieşi din pepeni", „a-şi bate joc", „a se da cu capul de pereţi", „a-şi aprinde paie în cap", „a se bate cu pumnii în piept", „a-şi smulge părul din cap", „a se zborşi la cineva", „a sări în sus de bucurie", „a sta ascuns de frică", „a-i fi drag ca sarea în ochi") şi de gradare („a-i fi drag ca lumina ochilor", „a face pe el de frică", „a muri de frică"). Adeseori inechitatea (în relaţiile sociale şi individuale) este sursa emoţiilor negative („Eu nu mă port aşa cu el", „Nu meritam asta"), în timp ce realizările/beneficiile personale concrete şi de circumstanţă par să fie sursa frecventă a emoţiilor pozitive.

Pe axa consens – conflict, în linii generale, cultura română este *consensuală*, caută restabilirea echilibrului prin conflicte superficiale, de scurtă durată. Conflictele sunt orientate în special spre relaţie, mai puţin spre probleme. Se realizează mai ales ca atacuri la imaginea publică a interlocutorului şi au o mare încărcătură emoţională, care face ca expresia să fie directă, frustă. Antifraza este o strategie frecventă, prin care cuvintele spun exact opusul a ceea ce se intenţionează să se transmită (ironizarea, folosirea apelativelor de intimitate în locul celor de distanţare, evocarea unei situaţii potenţiale antitetice – *Şi eu nu te-am ajutat, nu?*; *Tu n-ai nicio vină, deci?*; *Aşa sunt eu, mai prost*; *Sunt eu nebun, atunci*). Dintre stilurile de conflict, cele mai frecvente, adoptate în funcţie de context, sunt: evitarea conflictului (de obicei, în situaţii asimetrice de comunicare, cel aflat în poziţie de inferioritate evită angajarea în conflict: „Nu mă pun cu el"), dominarea (se întâlneşte, de obicei, în relaţiile dintre egali: „Care pe care"), exprimarea emoţională (prezentă atât în situaţiile simetrice, cât şi în cele asimetrice de comunicare,

ca formă de evaluare afectivă a problemei şi a situaţiei), solicitarea unui mediator (acesta este adeseori luat ca martor – „Spune şi tu dacă n-am eu dreptate!", fiind mai degrabă refuzată implicarea lui efectivă în conflict – „Vezi-ţi de treaba ta, nu te băga!").

Atitudinile comunicative cele mai frecvente par să fie prudenţa comunicativă în relaţie cu străinii sau cu membrii grupului percepuţi la distanţă faţă de vorbitor, sfătoşenia, adică tendinţa de a da sfaturi bazate pe cunoştinţele şi experienţa personală şi apetenţa pentru detaliu („Ascultă-mă ce-ţi spun eu, că am trecut prin asta", „Am auzit eu că se răceşte vremea, aşa că du-te şi culege merele"), lăudăroşenia (ca dorinţă de mascare a complexului de inferioritate şi de creare a unei imagini publice pozitive).

Elementele paraverbale joacă un rol important. Viteza vorbirii este un element distinctiv între graiurile din Transilvania (se vorbeşte mai lent) şi cele din Muntenia şi Moldova (se vorbeşte mai repede). Sunt sancţionate atât lentoarea excesivă („Nici îi pute, nici miroase", „Doarme pe el"), cât şi precipitarea extremă („E repezită", „Se agită"). Animozitatea verbală transmite indirect informaţii legate de interesul comunicativ al interlocutorilor, relaţiile ierarhice, temperamentul persoanei, gradul de stres. Animozitatea verbală este interpretată ca deschidere comunicativă, în timp ce tonul egal, ca reticenţă comunicativă. Intonaţiile joacă un rol important în transmiterea semnificaţiei: interpretarea contextuală a intonaţiei dă indicii în legătură cu sensul intenţionat de vorbitor. Tot prin elemente paraverbale se transmit şi emoţiile (oftatul, râsul, sunete nazale cu diverse intonaţii exprimând uimirea, dezaprobarea, curiozitatea, nemulţumirea).

Elementele nonverbale însoţesc comunicarea şi frecvent o substituie. Se spune că „se înţeleg din ochi".

> Şi ei sunt „muţi", cum s-a observat a fi Sadoveanu, în sensul că n-au o expresie subiectivă a experienţei lor. Comunicarea cu lumea se face în proverbe ce condensează o înţelepciune stereotipă, atât de controlată prin vechimea rasei, încât contribuţia individuală este neglijabilă. Muţeniei îi corespunde ritualitatea (Călinescu, 1941/1982, p. 976).

Regulile privind vestimentaţia sunt destul de generale şi vagi (la evenimente importante „trebuie să te duci frumos îmbrăcat", cu costum şi cravată, cu o rochie „bună"), legate de locul în care are loc comunicarea (la şcoală nu te îmbraci ca la teatru, la mort nu te duci gătit ca la bal), de reguli generale ale decenţei în societate (nu umbli murdar, rupt, şleampăt) şi de stereotipuri de statut (poziţiile sociale înalte presupun o vestimentaţie de calitate, în timp ce oamenii simpli se presupune că sunt simpli şi în vestimentaţie); uniforma este respectată (cea militară, sutana, halatul doctorului), ca semn al unui rol social care conferă autoritate. Distanţele de interacţiune sunt în general mici, cultura română fiind o cultură „a atingerii, a contactului"; aglomeraţia este tolerată, totuşi gradul de intimitate dintre interlocutori modelează distanţele mai mari sau mai mici de interacţiune. Românii au o punctualitate moderată („sfertul academic" imitat după francezi); ei pretind punctualitate şi o apreciază, deşi uneori întârzie cu măsură (cerându-şi scuze şi invocând situaţii personale şi sociale limită, exterioare, necontrolate de vorbitor: o problemă în familie, „nu a sunat ceasul", „a fost un accident", „a fost drumul înzăpezit").

Exerciţii. Aplicaţii

1. Spuneţi-vă părerea în legătură cu valorile culturii române, aşa cum apar ele prezentate în acest capitol.
2. Citiţi opiniile despre cultura română exprimate de: Dimitrie Gusti, Simion Mehedinţi, Mihai Ralea, Tr. Brăiloiu, N. Petrescu, Lucian Blaga, Nichifor Crainic, Dumitru Stăniloae, Mircea Eliade, Nicolae Iorga, Garabet Ibrăileanu, Mihail Sadoveanu, Ovid Densusianu, Eugen Lovinescu, Vasile Pârvan, Ion Pillat,

Tudor Vianu, Dan Botta, C. Petrescu. Realizaţi o sinteză pe baza opiniilor prezentate de aceştia.

3. Folosind informaţiile din acest capitol, încercaţi să corelaţi valorile culturale ale românilor cu elementele care configurează în mod specific stilul lor de a vorbi. Completaţi următorul tabel:

VALORI CULTURALE		STIL COMUNICATIV
Eclectism	Mimetismul	
	Dualitatea	
	Coexistenţa contrariilor	
	Pitorescul	
Adaptare	Instinctul autoconservării	
	Fluctuaţia	
	Schimbarea ca scop în sine	
	Soluţia de moment	
	Ambivalenţa	
	Compromisul şi nuanţa	
	Asumarea lucidă a legilor firii	
	Măsura	
	Frica de Dumnezeu	
Neamul	Rudele	
	Frăţia	
	Vecinul	
	Vatra satului	
	Neamul românesc	
	Neam de neam	
Cu frica lui Dumnezeu		
Spiritul frust	Gândirea concretă	
	Spiritul practic	
	Prudenţa	
	Dorul	
	Omenia	

4. Completaţi tabelul următor pentru a ilustra valorile specifice culturii române cu proverbe, zicători, expresii specifice:

VALORI CULTURALE		STIL COMUNICATIV
Eclectism	Mimetismul	
	Dualitatea	
	Coexistenţa contrariilor	
	Pitorescul	
Adaptare	Instinctul autoconservării	
	Fluctuaţia	
	Schimbarea ca scop în sine	
	Soluţia de moment	
	Ambivalenţa	
	Compromisul şi nuanţa	
	Asumarea lucidă a legilor firii	
	Măsura	
	Frica de Dumnezeu	
Neamul	Rudele	
	Frăţia	
	Vecinul	
	Vatra satului	
	Neamul românesc	
	Neam de neam	
Cu frica lui Dumnezeu		
Spiritul frust	Gândirea concretă	
	Spiritul practic	
	Prudenţa	
	Dorul	
	Omenia	

5. Observaţi textele următoare[1] şi, pe baza lor, extrageţi elemente particulare ale stilului comunicativ românesc în interacţiunile dintre cetăţeni şi funcţionarii publici.

LA JUDECĂTORIE

Situaţia de comunicare
Data înregistrării: 15.03.2001
Locul înregistrării: Judecătoria, biroul judecătorului de serviciu
Participanţii:
A: m., cca 30 de ani, judecătorul de serviciu
B: f., cca 30 de ani, solicitant
C: m., cca 45 de ani, solicitant
D: m., cca 50 de ani, solicitant
Observaţii: numai A a ştiut că se înregistrează
Autorul înregistrării: CIP
Autorul transcrierii: CIP

B: bună ziua
A: bună ziua ↓ o persoană vă rog.<$_I$ CÂTE-O per[soană>
B: [suntem împreună.
A: dacă sunteţi împreună ↑ vă ascult.
B: domnu judecător ↓ avem o problemă ↑ ă: dînsa: ă: are transformare în legea /obzejdoi/ ↑ şi am depus î: reexaminarea ↓ astăzi.
A: aşa.
B: ă: este nevoie să-i angajez avocat? pentru că ↑
A: da'dumneavoastră CINE sunteţi.
B: sunt# rudă cu ea.
A: aşa ↓ şi dânsa nu poate vorbi singură?

1. Textele au fost reproduse din volumul Liliana Ionescu Ruxăndoiu (coord.), *Interacţiunea verbală în limba română. Corpus şi tipologie*, Editura Universităţii din Bucureşti, 2002.

B: îe# <$_J$ nu prea>
A: nu ↑
B: nu se prea descurcă ↓ <$_J$ nu ştiu ce să mai spun.>
A: <$_J$ da da> eu ştiu ce să vă spun? <$_R$ dumneaVOASTRĂ hotărâţi dacă vă trebuie avocat sau nu>
B: aş putea să intru cu ea? dumneavoastră CE [ziceţi
A: [dumneavoastră NU
B: nu pot ↓
A: pentru că nu aveţi niciun fel de caliTATE
B: da.
A: nu.
B: că:
A: numai contravenienta.
B: deci numai contravenienta. pentru că am depus⊥ ea mun– ea munceşte efectiv la /adepe/ ↑ şi: transformările astea vedeţi au fost scăPATE la început.
A: da. deci dumneavoastră NU aveţi calitatea să vorbiţi ↑# dacă doamna doreşte să-şi angajeze apărător ↑# îşi poate angaja apărător.
B: cică-i prea în scurt. cu cine am vorbit ↓ că n-are# acces la dosare ↑ şi e prea scurt şi–
A: <$_R$ nu ştiu.>
B: tare mi-e frică să ajungă la# la puşcărie.
A: nu ştiu. urmează să vedem.# să intre cineva vă rog.
B: da.
[...]
A: da ↑
C: <$_R$ bună ziua.> ă:: <$_R$ fiţi amabil> am:: mâine o:: înfăţişare::
A: aşa ↑
C: în legătură cu partaju: rezolvat
A: aş[a ↑
C: [amabil ↓
A: da ↑

C: şi:: ă <$_R$ trebuie să duc această tranzacţie> sau:: î:
A: nu trebuie s-o duceţi ↓ dacă aţi închi– dacă o încheiaţi o DUceţi. dacă nu încheiaţi tranzacţia ↓ n-o DUceţi.
C: <$_R$ deci e încheiată tranzacţia ↓ va fi semnată de: amândoi↓>
A: da ↑
C: mai trebui vrun TImbru ceva ↑ [mai::
A: [nu:
C: asta-i tot [ce se:
A: [nu se timbrează [suplimentar
C: [da
+A: cererea de tra– cererea!
C: da [v-am
A: [încheierea tranzacţiei.
C: da ↓ da ↓
A: NU. AMbele părţi prezente personal cu buletinu_n mână↑
C: da ↓
A: [în sală şi-a
C: [şi să (xxx)
((uşa scârţâie))
C: da.
A: aceasta este ↓
C: <$_R$ da da da. mulţumesc mult [de tot>
A: [finalizarea dosa[rului.
C: [da.
[...]
D: ((tace))
A: spuneţi CE doriţi cu cererea asta.
D: asta: am avut MIERcurea trecută <$_R$ uitaţi am avut procesul> ↓ şi a zis domnu:: preşedinte
A: da ↑
D: a zis martoru.<$_{I/R}$ de ce MARtor în loc de mine n-am ⊥ zic nu ştiu zic strada şi număru [şi am acasă>
A: [şi v-a spus să-l indicaţi ↓ da?
D: [da [ca să

+A: [deci vă rog faceţi cererea cum trebuie ↓ subsemNATUL
D: [<$_R$ aşa aşa>
A: cum vă numiţi ↓ în calitate DE ↓ <$_R$ pârât reclamant ce sunteţi> ↓ # depun la dosaru_NUMĂRU ↑
D: da:
A: numele şi adresa MARtorului încuviinţat în data DE. nu aşa. subsemnatul ↑ şi pârât ↓ numele adresa. nu merge.
B: deci# <$_R$ cum am vrut şi eu ↓>
A: scrieţi aici pe larg pe LARG domnule preşedinte ↓ subsemnatul <$_R$ în calitate de ce sunteţi dumneavoastră acolo> ↓ depun la dosar lista cu martorul ↓ LISTA adresa şi# numele mar[torului
B: [a cui ↓ a mea.
A: nu: DA şi adresa dumneavoastră <$_R$ da' scrieţi adresa şi numele MARTorului>
B: da ↓ da ↓ da ↓
A: să arătaţi acolo despre ce e vorba.
B: da ↓ da ↓ da ↓

LA SECŢIA DE POLIŢIE

Situaţia de comunicare
Data înregistrării: 21.03.2001
Locul înregistrării: o secţie de Poliţie
Participanţii:
A: m., cca 28 de ani, plutonier
B: f., 60 de ani, reclamantă
C: f., 23 de ani, fiica reclamantei
D: m., cca 70 de ani, pârât
E: f., 25 de ani
Observaţii: numai E a ştiut că se înregistrează
Autorul înregistrării: NIC
Autorul transcrierii: CIP

A : [acuma : a :cuma :
D : [(xxx)
A : î: două posibilităţi. v-a⊥ vi le-a spus şi dânsu. accepta[ţi
D : la început [am spus
A : [deci a :vând în vedere faptu⊥ <$_{R}$ că aşa făceam şi cu cei cu pământu> au apucat deja să-şi pună pă pământurile lor ↓ <$_{R}$ DAR au căzut la_nţelegere_ntre ei <$_{IM}$ da' domle având în vedere că deja ţi-ai pus_[acuma>>
D : [da
A : <$_{IM}$ partea_as[ta>
D : [da
+A : <$_{R/IM}$ şi nu mai poţi să pui nimic ↓ ia tu recolta.>
D : da
B : e [proprietatea noastră
A : [aşa ↓ înţelegeţi ↑
+B : [<$_{P}$ şi n-aveţi ce să căutaţi>
A : [deci eu ştiu da' ↓ mă ascultaţi ↑ eu ştiu că e proprietatea_dumneavoastră
B : <$_{P}$ ei nu :>
A : deci mă ascultaţi un pic ↑ eu vă eu vă spun că ĂSTA este conflictu ↓ de fapt.
D : da.
A : deci c cu ce e-n legătură_cu cu pământu_ăla. că pământu e_al dumneavoastră ↓ asta-i clar.
E : <$_{P}$ păi [da.>
A : [<$_{R}$ dânşii n-au nicio pretenţie asupra pământu[lui>
D : [da.
A : <$_{R}$ au greşit şi şi-au recunos[cut greşeala>
B : [numai : : : păi (xxx)
A : <$_{R}$ acuma având în vedere bunu[rile.>
D : [da' am recunoscut-o de la început dacă (xx[x)
A : [deci acum având în vedere bunurile.
D : [da

A : [deci oriunde⊥ şi dacă eu mă duc într-o clădire şi am investit ceva în ea↓ ă proprietaru↓ poate fi obligat⊥ <$_{R}$ deci chiar dacă e propri[etar>=
D : =[<$_{P}$ să-l despăgubeşti cu ceva>
A : e obligat să-l despăgubeşti pe celălalt.# o : mică parte↓ având în vedere cât a invest[it
B : [da'↓ dacă am fost de acord când a venit să investească↓ da' dacă n-am fost [s-a băgat
A : [nu există de acord pentru că⊥ <$_{R}$ deci când apar din cauza erorilor astea : [de : : măsurători>
D : [da da da da
B : nu e eroare↓ el ştia.
A : da' N-AVEţi nicio graniţă doamnă↓ nu a[veţi pari↓
B : [CUM SĂ nu.
A : nu aveţi nimica
B : CUM să nu.
A : deci v-a stabilit domnu' primar.
D : a :cuma s-a stabilit
B : şi ştia
C : [şi ştia dinainte
A : [aţi făcut dumneavoastră măsură[toarea?
B : [da da' de CE n-a venit↓ CUM [să nu↓
A : [dacă aţi făcut măsurătoarea UNDE aţi pus [limita
B : [scrie-n act.
A : aţi pus [limită?
B : [scrie-n act.
A : <$_{R}$ nu scrie-n act↓ că_acolo scrie doamnă>#
B : păi da' (xxx)
A : <$_{R}$ acolo scrie-n metri da' nu dumneavoastră↓ da' nu faceţi decât_în urma unei măsurători se stabi[leşte o_limită>
B : [eu nu mai zic nimica lă[saţi.
A : [să aveţi un : : un punct de reper. aţi avut vrun punct de reper?

DISCUŢIE CU UN FUNCŢIONAR DE LA „ELECTRICA"

Situaţia de comunicare
Data înregistrării: 08.08.2001
Locul înregistrării: Bucureşti, sediul S.C. ELECTRICA – Ilfov
Participanţii:
A: f., cca 35 de ani, funcţionar la S.C. ELECTRICA – Ilfov
B: f., 25 de ani, reprezentant al unei societăţi comerciale
Observaţii: numai B a ştiut că se înregistrează
Autorul înregistrării: MI
Autorul transcrierii: MI

A: [...] ##
B: # din cauza ASTA plătim estimat MAre↓ #
A: <$_{F}$ deci grija dumneaVOAstră :↓> da :↓ DECI estiMAtu↓ care este cel mai mare↓ consumul la: #
B: da↓
A: a: cât a fost? ((privind pe factura întinsă de A)) opta: doişpe milioane plus două milioane virgulă: cinşpe milioa :ne: şi ceva↓ a: s-a făcut la valorile acestea↓ din anexa şase↓ DA: ↑de aceea↓ aceste valori trebuie să fie cât_mai_aproape_de_realitate↓ DEci↑ dacă: dumneavoastră spuneţi mult↑ plătiţi mult în avans↑ # <$_{R}$ asta este situaţia. > DE[ci↑
B: [<$_{J}$ /ochei/>↓
A: <$_{P}$ în total↓ <$_{R}$ nu trebuie să fie grija noastră↓ noi vă sugeră :m> ca :m↑# ⊥ de-aia vă şi_întrebăm↑
B: da↓ da.
A: cam CARE-ar fi consumul
B: da↓ da↓ da↓ păi eu nu ştiu↑ c-am văzut azi pe factură: ↑
A: (xxx) un contract nu se face↓ şi se <$_{@}$ uită de el aşa > # şi: în general↑ î: grija ă: faţă de: acest contract↓ şi

de toate anexele lui↓ sau lipsa de grijă↓ se va reflecta în: nişte plăţi↓ ă: mai mari↓ # # din această cauză :↑ anexa ACEAsta↓ e mult mai MIcă↓# la puteri. da?
B: da↓ da↓ da↓
A: ca atare :↑ ă :↑ estimatul dumneavoastră↑ va fi mai mic de acum încolo :↑ ă: această SUmă↑ trebuie s-o plătiţi inteGRAL↓
B: da.↓
A: şi :↑ ă :↑ fiind destul de Mare :↓ # ă: la factura următoare va fi i: # deci veţi avea un cont (xxx) pe <$_{I}$ probabil factura următoare va fi pe minus >↓ mă-nţeLEgeţi?
B: <J îhî> (xxx)
A: (xxx)

6. Observaţi textele următoare şi, pe baza lor, extrageţi elemente particulare ale stilului comunicativ românesc în interacţiunile de tipul „La magazin".

LA FARMACIE

Situaţia de comunicare
Data înregistrării: 27.09.2001
Locul înregistrării: o farmacie din Bucureşti
Participanţii:
A: 23 de ani, studentă, clientă
B: cca 35 de ani; vânzătoare
Observaţii: numai A a ştiut că se înregistrează
Autorul înregistrării: DS
Autorul transcrierii: DS

A: <$_{R}$ bună ziua. fiţi amabilă↓ aveţi cumva> loţiune gerovital↑ pentru regenerarea părului.
((B clatină din cap))

A: nu↓ atunci ulei de ricin↑
((B aduce o sticluță))
A: așa și:: dacă aveți cumva tifon. ((uitându-se la sticluța cu ulei)) [nu aveți:↑
B: [comprese sterile sau fașă.
A: fașă. fașă. ((arătând spre sticluța cu ulei)) nu aveți decât la gramajul acesta↑
B: da.
A: dați-mi DOuă vă rog.
B: douăzeci de mii și fașa (xxxxxxx)
A: da ((întinzându-i o bancnotă))
((B punând obiectele într-o pungă))
A: leucoplast aveți?
B: da. cu rivanol sau fără?
A: fără. simplu.
B: ă rolă↓ nu?
A: da.
B: la paisprezece mii.
A: [cred că⊥
B: [vă dau?
A: DA. da.
B: treizeci↓ patruzeci și <$_J$ patru de mii>.
A: ((luând pachetul)) mulțumesc.
B: ((numărând restul)) patruzeci și cinci↓ cinzeci.
A: ((luând restul)) mulțumesc↓ bună ziua.

LA PLAFAR

Situația de comunicare
Data înregistrării: 27.09.2001
Locul: un plafar din București
Participanții:
A: f., 23 de ani, cumpărătoare
B: f., cca 30 de ani, vânzătoare
C: f., cca 40 de ani, vânzătoare

Observații: numai A a știut că se înregistrează
Autorul înregistrării: DS
Autorul transcrierii: DS

A: bună ziua. fiți amabilă↓ aveți cumva loțiune gerovital↑ pentru regenerarea părului?# e o formulă nouă am văzut. cu petrol↑ și ulei de ricin?
B: nu (xxx)
C: ce anume?
B: gerovital↓ cu ricin și petrol.
C: ((către A)) a: gerovital NU mai avem.
B: da.
A: primiți curând? să-ncerc tot aici? săptămâna ASta↓ <$_P$ săptămâna viitoare>↓
C: săptămâna asta nu cred.
A: mulțumesc.# la CE preț era.
C: cinzecișitrei.
A: mulțumesc.

LA PAPETĂRIE

Situația de comunicare
Data înregistrării: 24.09.2001
Locul înregistrării: o papetărie
Participanții:
A: m., 23 de ani, cadru didactic, coleg cu B
B: f., 25 de ani, cadru didactic
C: f., cca 40 de ani, vânzătoare
Observații: numai A a știut că se înregistrează; A și B se află împreună la papetărie
Autorul înregistrării: RS
Autorul transcrierii: RS

A: săru' mâna ((către B)) dosare plic↑ # de toate neamurile↓ CUM îți trebuie.

B : cu clape↓ au scris ei acolo <@ hm>
A : cu cla[pe↑
B : [deci îmi trebuie la o înscriere la un examen şi scria acolo dosar plic cu clape
A : d-ăla aşa d-acolo ultimu : ((arată spre raft))
C : ăla N-ARE. deci probabil clapele-năuntru↓ probabil cu şină-n interior sau↓
B : păi la asta mă gândeam şi io
A : cu clape dintr-astea. nu astea sunt?
B : păi nu↓ dacă-i plic e logic că are clape d-astea# # eu mă gân[deam
A : [păi altu :
B : să nu aibă şină-aici
A : nu [cred
C : [astea plic n-au şină
A : păi nu↓ nu↓
C : deci cu şină separat↓ ((arată spre raft)) şi astea plic n-au şină.
B : a : deci astea sunt singurele↓ [practic?
A : [da
C : deci niciunu n-are şină
A : proba[bil#
C : [au numai clape
A : că la asta s-au referit↓ ca să aibă clape cât mai mari să nu : pice documentele
B : mda # # şi CÂT e unu din ăs[ta.
C : [aşa două mii
B : deci îmi iau [unu d-ăsta
A : [ia-ţi şi tu unu d-ăsta mai frumos.
C : a : pentru [CE.
B : [lasă mă :
((A râde))
B : nu or să primească : sute↑
C : p-ormă dacă scrieţi pe el↓ ei îl a[runcă

B : [păi da
C : CE să facă cu el.
B : îl scriem. <@ tocmai>
A : aşa↓ să-mi dai şi mie
B : da să-ţi dau şi :
((B plăteşte))
B : mulţumesc.
C : cu plăcere.

LA MAGAZINUL DE DULCIURI

Situaţia de comunicare
Data înregistrării : 11.04.2002
Locul înregistrării : magazin de dulciuri
Participanţii :
A : f., cca 45 de ani, vânzătoare
B : f., cca 70 de ani, pensionară, clientă
C : f., cca 25 de ani, clientă
Observaţii : numai C a ştiut că se înregistrează
Autorul înregistrării : CIP
Autorul transcrierii : CIP

A : le-aţi încurcat ((râde))
B : le-a încurcat fata asta care-i nouă# # cred că le-a confundat↓ CINE ştie ce-a făcut↑ (xxx) le-a băgat la un preţ mai mic
A : da
B : de la treijnouă la treişapte
A : (xxx)
B : treişapte cinci sute candi
A : candi↑
B : da# dă zece mii?
A : da. dă zece mii.
B : alceva↑

A : daţi-mi de CINCI mii câteva arahide d-alea↓ ((arată cu degetul)) d-alea ca să pun pă ceva
B : ((cântăreşte)) ş-alceva↑ <$_{R}$ v-ajunge atâta?>
A : mi-ajunge↓ pun p-o colivă.# un domn m-a rugat să-i fac o colivă pentru sora lui şi: şi daţi-mi de cinci mii biscui– biscuiţi digestivi
B : alceva↑
A : atât.
C : a biscuiţi cu graham aveţi?
B : da.
C : CÂT este chilogramul.
B : treişunu.
C : îmi: daţi jumătate.
B : ((cântăreşte))
C : să fie de cinşpe# # şi-mi daţi şi nişte:: caise↓ <$_{J}$ o sută de grame.>
B : ((cântăreşte))
C : este
B : să lăsăm de zece mii?
C : da↑ <$_{R}$ trebuia să le fi lăsat pe toate↓ nu vă mai>
B : ((cântăreşte)) paişpe mii.
C : aşa↓
B : şi cu cinşpe doujnouă.
C : şi biscu–⊥ nu↓ covrigeii aceia sunt de dulce sau de post?↑
B : sunt de post.
C : î:mi daţi cam două sute de grame
B : ((cântăreşte)) să las de unsprezece [mii aicea?
C : [da. da. da.
B : facem patruzeci de mii cu totu.
C : EXAct
B : alceva?
C : atât. mulţumesc.

NORME DE TRANSCRIERE A TEXTELOR

Se foloseşte literă mică atât la iniţială de propoziţie sau de frază, cât şi la iniţiala numelor proprii; majuscula notează emfaza. Cuvintele în limbi străine sunt notate conform audiţiei, între bare oblice (exemplu: /niiorc/ pentru New York).

Accent	á	se notează numai când diferă de cel curent
TEXT	accent emfatic (al cuvântului sau al unei silabe)	
Intonaţie	.	contur melodic descendent terminal
	↓	contur melodic descendent non-terminal
	?	contur melodic ascendent terminal
	↑	contur melodic ascendent non-terminal
	!	intonaţie rejectivă (contur melodic uşor descendent, asociat cu înălţimea scăzută a vocii; semnalează reconsiderarea de către emiţător a afirmaţiei sale precedente)
Înălţime	<$_{\uparrow}$>	înălţime ridicată a vocii
	<$_{J}$>	înălţime scăzută a vocii
Tempo	<$_{L}$>	tempo lent al vorbirii
	<$_{R}$>	tempo rapid al vorbirii
Intensitate	<$_{F}$>	intensitate forte a vocii
	<$_{P}$>	intensitate slabă a vocii

_	(linie jos, între cuvinte)	rostire legato
–	(linie de dialog)	cuvânt neterminat
u:/m:	lungire a unui sunet; numărul de semne (:) indică, în mod aproximativ, durata fenomenului	
'	apocopa unor sunete; omiterea curentă a lui *l* final articol definit este marcată sistematic, fără a se utiliza apostroful	
ʕ	stop glotal	
#	pauză; numărul de semne indică, în mod aproximativ, durata pauzei	
text = = text	intervenţie începută de un vorbitor şi continuată, fără pauză, de altul (engl. *latching*)	
[text	începutul suprapunerii unor intervenţii succesive; se marchează atât în intervenţia în curs, cât şi în intervenţia suprapusă	
+A:	continuarea primei intervenţii fără a se ţine seama de intervenţia suprapusă	
text ⊥	construcţie abandonată (engl. *false start*)	
„ ”	secvenţă redată de emiţător în vorbire directă	
<@>	râs concomitent cu rostirea	
<Z>	zâmbet concomitent cu rostirea	
<OF>	secvenţă rostită prin mişcarea expiratorie specifică oftatului	
<MARC>	secvenţă pusă în evidenţă printr-o rostire rară (uneori chiar silabisită) şi apăsată	
<IM>	imitarea modului de a vorbi al unei persoane	
<CIT>	emiţătorul citeşte un text	
(())	indicaţii „scenice” (exemplu: tuşeşte; îşi drege vocea etc.)	
()	transcriere probabilă	
(xxx)	text neclar; numărul de semne (x) indică, în mod aproximativ, lungimea secvenţei neclare	
[...]	secvenţă netranscrisă	

Bibliografie

Adams, J.S. (1965), „Inequity in Social Exchange”, în L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol.II, Academic Press, New York, pp. 267-299.

Ager, D.E., Muskens, G., Wright, S. (eds.) (1993), *Language Education for Intercultural Communication*, Multilingual Matters, Clevedon.

Alatis, J.E. (1994), *Educational Linguistics, Crosscultural Communication, and Global Interdependence*, Georgetown University Press, Washington, D.C.

Altman, I., Taylor, D. (1973), *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*, Holt, Rinehart and Winston, New York.

Asante, M.K., Gudykunst, W.B. (eds.) (1989/1990/1994), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Sage Publications, International Educational and Professional Publisher, Newbury Park, Londra, New Delhi.

Bannon, G., Mattock, J. (eds.) (2003), *Cross-Cultural Communication: The Essential Guide to International Business*, Kogan Page, Londra, Sterling.

Barbu, Daniel (coord.) (2000), *Firea românilor*, Nemira, Bucureşti.

Baylon, Christian, Mignot, Xavier (2000), *Comunicarea*, Editura Universităţii „Al.I. Cuza”, Iaşi.

Berger, C.R., Calabrese, R.J. (1975), „Some Exploration in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Communication”, *Human Communication Research*, 1, pp. 99-112.

Berne, Eric (1964), *Games People Play: The Basic Hand Book of Transactional Analysis*, Ballantine Books, New York.

Bernstein, B. (1971), *Class, Codes and Control*, vol. I: *Theoretical Studies Toward a Sociology of Language*, Routledge and Kegan Paul, Londra.

Berscheid, Ellen, Walster, Elaine H. (1969), *Interpersonal Attraction*, Addison-Wesley Publishing Co., Reading.

Blaga, Lucian (1936/1985), *Spaţiul mioritic*, în *Opere 9. Trilogia culturii*, Minerva, Bucureşti, pp. 189-331.

Blommaert, Jan, Verschueren, Jef (eds.) (1991), *The Pragmatics of Intercultural Communication*, John Benjamin's Company, Amsterdam.

Blum-Kulka, S., Kasper, G., House, J. (eds.) (1989), *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Ablex, Norwood.

Bravo, Diana, Briz, Antonio (eds.) (2004), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Ariel, Barcelona.

Brown, H. (1994), *Principles of Language Learning and Teaching*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Brown, P., Levinson, S.C. (1979), *Politeness*, Cambridge University Press, Cambridge.

Byram, M. (ed.) (2003), *Intercultural Competence*, Council of Europe Language Policy Division, Strasbourg.

Byram, M., Nichols, A., Stevens, D. (2001), *Developing Intercultural Competence in Practice*, Multilingual Matters, Clevedon.

Carbaugh, Donal, Wolf, Karen (1999), „Situating Rhetoric in Cultural Discourses", în A. González, D.V. Tanno (eds.), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi, pp. 19-30.

Carroll, R., Volk, C. (1988), *Cultural Misunderstandings: The French-American Experience*, University of Chicago Press, Chicago.

Caune, Jean (2000), *Cultură şi comunicare*, Cartea Românească, Bucureşti.

Călinescu, G. (1941/1982), *Istoria literaturii române de la origini până în prezent*, Minerva, Bucureşti, pp. 974-976.

Chelcea, Septimiu (1995), *Personalitate şi societate în tranziţie. Studii de psihologie socială*, Societatea Ştiinţă şi Tehnică S.A., Bucureşti.

Choi, C.J., Kelemen, M. (1995), *Cultural Competences: Managing Co-Operatively Across Cultures*, Aldershot, Dartmouth.

Chomsky, Noam (1985), *Knowledge of Language: Its Nature, Origin and Use*, Praeger Publishers, New York.

Clyne, M. (1994), *Intercultural Communication at Work: Cultural Values in Discourse*, Cambridge University Press, Cambridge.

Collier, Mary Jane, Thomas, Milt (1988), „Cultural Identity – An Interpretative Perspective", în Y.Y. Kim, W.B. Gudykunst (eds.), *Theories in Intercultural Communication, International and Intercultural Communication Annual*, vol. XII, Sage Publications, Newbury Park.

Cuilenburg, J.J. Van, Scholten, O., Noomen, G.W. (2000), *Stiinţa comunicării*, Humanitas, Bucureşti.

Dasen, Pierre, Perregaux, Cristiane, Rey, Micheline (1999), *Educaţia interculturală*, Polirom, Iaşi.

DeVitto, Joseph A. (1994), *Human Communication: The Basic Course*, Harper Collins College Publishers, New York.

Di Luzio, A., Gunthner, S., Orletti, F. (2001), *Culture in Communication: Analyses of Intercultural Situations*, J. Benjamins, Amsterdam.

Dinu, Mihai (1997), *Comunicarea*, Editura Ştiinţifică, Bucureşti.

Dinu, Mihai (2004), *Fundamentele comunicării interpersonale*, ALL, Bucureşti.

Drăghicescu, D. (1907/1995), *Din psihologia poporului român*, Albatros, Bucureşti.

Egner, Inge (2002), *The Speech Act of Promising in an Intercultural Perspective*, SIL Electronic Working Papers; http://www.sil.org/silewp/2002/001/SILEWP2002-001.pdf.

Ekman, Paul (1973a), „Cross-cultural studies of emotion", în P. Ekman (ed.), *Darwin and Facial Expression: A Century Research in Review*, Academic Press, New York.

Ekman, Paul (ed.) (1973b), *Darwin and Facial Expression: A Century Research in Review*, Academic Press, New York.

Ekman, Paul *et al.* (1987), „Universals and Cultural Differences in the Judgements of Facial Expressions of Emotion", *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (4), pp. 712-717.

English, L.M., Lynn, S. (1995), *Business Across Cultures: Effective Communication Strategies*, Longman, New York.

Fiske, S.T., Taylor, S.E. (1984), *Social Cognition*, Addison-Wesley, Reading, MA.

FitzGerald, H. (2003), *How Different Are We? Spoken Discourse in Intercultural Communication: The Significance of the Situational Context*, Multilingual Matters, Clevedon.

Gallois, C., Callan, V.J. (1997), *Communication and Culture: A Guide for Practice*, Wiley, Londra.

Garrett, Elisabeth (1999), „Some Elementary Methodological Reflections on the Study of the Chinese Rhetorical Tradition", în A. González, D.V. Tanno (eds.), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi, pp. 53-63.

Gass, S.M., Neu, J. (eds.) (1995), *Speech Acts Across Cultures: Challenges to Communication in a Second Language*, Mouton de Gruyter, Berlin.

Geertz, Clifford (1973), *The Interpretation of Culture*, Basic Books, New York.

Giles, H. (1973), „Accent Mobility: A Model and Some Data", *Anthropological Linguistics*, 15, pp. 87-105.

Giles, H., Bourhis, R.Y., Taylor, D.M. (1977), „Towards a Theory of Language in Ethnic Group Relations", în H. Giles (ed.), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Academic Press, Londra, pp. 307-343.

Givón, Talmy (1979), *On Understanding Grammar*, Academic Press, New York.

Goddard, C., Wierzbicka, A. (1997), „Discourse and culture", în T.A. van Dijk (ed.), *Discourse as Social Interaction*, Sage Publications, Londra, pp. 231-257.

Goddard, C., Wierzbicka, A. (2006), „Primes and Cultural Scripts in Language. Learning and Intercultural Communication", în Farzad Sharifian, Gary B. Palmer (eds.), *Applied Cultural Linguistics: Implications for Second Language Learning and Intercultural Communication*, John Benjamins, Amsterdam; http://www.ali2006.une.edu.au/GoddardWierzbicka_applied_NSM.pdf.

Goddard, C., Wierzbicka, A. (eds.) (2004), „Cultural Scripts", *Intercultural Pragmatics*, 1 (2).

Goldiş-Firoiu, Ana (1995), *Ghid de corespondenţă oficială în limba franceză*, Valbert, Viena – PC Graf, Deva.

González, A., Tanno, D.V. (eds.) (1999), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi.

Grice, H.P. (1975), „Logic and Conversation", în P. Cole, J.L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*, vol. 3: *Speech Acts*, Academic Press, New York, pp. 41-58.

Gu, Y.G. (1990), „Politeness Phenomena in Modern Chinese", *Journal of Pragmatics*, 14, pp. 237-257.

Gudykunst, W.B. (1985), „A Model of Uncertainty Reduction in Intercultural Encounters", *Journal of Language and Social Psychology*, 4 (2), pp. 79-98.

Gudykunst, W.B. (1998), *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Gudykunst, W.B. (2003), *Cross-Cultural and Intercultural Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Gudykunst, W.B., Kim, Y.Y. (2003), *Communicating With Strangers: an Approach to Intercultural Communication*, McGraw-Hill, New York.

Gudykunst, W.B., Mody, B. (eds.) (2002), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Gudykunst, W.B., Ting-Toomey, S. Nishida, T. (1996), *Communication in Personal Relationships Across Cultures*, Sage Publications, Thousands Oaks.

Gudykunst, W.B., Ting-Toomey, S., Chua, E. (1988), *Culture and Interpersonal Communication*, Sage Publications, Newbury Park.

Gumperz, J.J. (1977), *Language and Social Identity*, Cambridge University Press, Cambridge.

Gumperz, J.J. (1982), *Discourse strategies*, Cambridge University Press, Cambridge.

Gumperz, J.J., Hymes, D.H. (eds.) (1986/1972), *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*, Basil Blackwell, Oxford.

Hall, Edward T. (1959), *The Silent Language*, Doubleday & Company, New York.

Hall, Edward T. (1966), *The Hidden Dimension*, Doubleday & Company, Garden City.

Hall, Edward T. (1976), *Beyond Culture*, Doubleday & Company, New York.

Hall, Edward T. (1992), *An Anthropology of Everyday Life*, Doubleday/Anchor Books, New York.

Halliday, M.A.K. (1973), *Explorations in the Functions of Language*, Elsevier, New York.

Hampden-Turner, C., Trompenaars, A. (2000), *Building Cross-Cultural Competence: How to Create Wealth From Conflicting Values*, Yale University Press, New Haven.

Hargie, Owen D.W. (1997), *The Handbook of Communication Skills*, Routledge, Londra – New York.

Hartley, Peter (1993), *Interpersonal Communication*, Routledge, New York.

Heider, Fritz (1982), *The Psychology of Interpersonal Relations*, Lawrence Erlbaum Associates.

Hendry, J. (1993), *Wrapping Culture: Politeness, Presentation, and Power in Japan and Other Societies*, Clarendon Press, Oxford.

Hickey, Leo (ed.) (1998), *The Pragmatics of Translation*, Multilingual Matters, Clevedon.

Hofstede, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Sage, Beverly Hills.

Hofstede, G. (1986), „Cultural Differences in Teaching and Learning", *International Journal of Intercultural Relations*, 10 (3), pp. 301-320.

Hofstede, G. (1997a), *Cultures and Organizations: Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*, Harper Collins, Londra.

Hofstede, G. (1997b), *Promoting a European Dimension of Intercultural Learning –Developing School Materials*, EFIL Seminars.

Hofstede, G.J., Pedersen, P. *et al.* (2002), *Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures*, Intercultural Press, Yarmouth.

Homans, George C. (1958), „Social Behavior as Exchange", *The American Journal of Sociology*, 63 (6), pp. 597-606.

Huber-Kriegler, M., Lázár, I., Strange, J. (2003), *Mirrors and Windows: An Intercultural Communication Textbook*, Council of Europe Publishing, Strasbourg.

Huth, T., Taleghani-Nikazm, C. (2006), „How can insights from conversation analysis be directly applied to teaching pragmatics?", *Language Teaching Research*, 10, pp. 53-79.

Hymes, D.H. (1968), „The Ethnography of Speaking", în J. Fishman (ed.), *Readings on the Sociology of Language*, Mouton, Haga, pp. 99-138.

Jakobson, R. (1963, 1973), *Essais de linguistique générale*, vol. I-II, Minuit, Paris.

Jandt, F.E. (2004), *Intercultural Communication: A Global Reader*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Jiang, Xiangying (2006), „Cross-Cultural Pragmatic Differences in US and Chinese Press Conferences: The Case of the North Korea Nuclear Crisis", *Discourse Studies*, 17 (2), Sage Publications, Londra, Thousand Oakes, New Delhi, pp. 237-257.

Keltner, D., Haidt, J. (2001), „Social Functions of Emotions", în T. Mayne, G.A. Bonanno (eds.), *Emotions: Current Issues and Future Directions*, Guilford Press, New York, pp. 192-213.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1990-1994), *Les interactions verbales*, 3 vol., Armand Colin, Paris.

Kerényi, Carl (1996), *Dionysos: Archetypal Image of Indestructible Life*, Princeton University Press, Princeton.

Kienpointner, Manfred (1997), „Varieties of rudeness. Types and functions of impolite utterances", *Functions of Language*, 4 (2), pp. 251-287.

Kim, U., Triandis, H.C., Kagitcibasi, C., Choi, S.-C., Yoon, G. (eds.) (1994), *Individualism and Collectivism: Theory, Method and Applications*, Sage Publications, Londra.

Kim, Y.Y. (1988), *Communication and Cross-Cultural Adaptation: An Integrative Theory*, Multilingual Matters, Clevedon.

Kim, Y.Y. (2001), *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Kitao, K., Kitao, S.K., Headrick Miller, J., Carpenter, J.W., Rinner, C. (eds.) (1995), *Culture and Communication*, Yamaguchi Shoten, Kyoto.

Kluckhohn, F.R., Strodtbeck, F.L. (1961), *Variations in Value Orientations*, Row, Peterson and Company, Evanston.

Knapp, Mark L., Gerald, R. Miller (1994), *Handbook of Interpersonal Communication*, ed. a II-a, Sage Publications, Thousand Oaks.

Koester, J., Wiseman, R.L. (1993), *Intercultural Communication Competence*, Sage Publications, Newbury Park.

Kotani, Mariko (1994), „Ways of Arguing in Two Cultures: A Case Analysis of a Negotiation Between Japanese and American Business Professionals", *Intercultural Communication Studies*, IV, 1.

Lakoff, George (1987), *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*, University of Chicago Press, Chicago.

Lakoff, R. (1973), „The Logic of Politeness or Minding Your P's and Q's", în C. Colum *et al.* (eds.), *Papers from The Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, Chicago Linguistic Society, Chicago, pp. 292-305.

Leathers, Dale G. (1986), „Cross-Cultural Differences in Nonverbal Communication", în *Successful Nonverbal Communication: Principles and Applications*, Macmillan, New York.

Leech, Geoffree (1983), *Principles of Pragmatics*, Longman, Londra.

Lefevre, A. (1996), *The Translator: Studies in Intercultural Communication: Wordplay and Translation*, St. Jerome Publishing, Manchester.

Lehtonen, Mikko (2000), *The Cultural Analysis of Texts*, Sage Publications, Londra, Thousand Oaks, New Delhi.

Lewis, Richard D. (2005), *Să cunoaştem mai bine popoarele lumii*, Editura Niculescu, Bucureşti.

Liang, Guodong, Han, Jing (2005), „A Contrastive Study on Disagreement Strategies for Politeness between American English and Mandarin Chinese", *Asian EFL Journal*, 7; http://www.asian-efl-journal.com/March_05_lghj.doc.

Lotman, Iuri (1974), *Studii de tipologie a culturii*, Univers, Bucureşti.

Luft, J., Ingham, H. (1955), *The Johari Window: A Graphic Model for Interpersonal Awareness. Proceedings of the Western Training Laboratory in Group Development*, UCLA, Los Angeles.

Lutz, C., White, G.M. (1986), „The Anthropology of Emotions", *Annual Review of Anthropology*, 15, pp. 405-436.

Martin, J.N., Nakayama, T.K. (2001), *Experiencing Intercultural Communication: An Introduction*, Mayfield, Mountain View.

Mazilu, Dan Horia (1999), *Noi despre ceilalți. Fals tratat de imagologie*, Polirom, Iași.

Mazilu, Dan Horia (2003), *Noi printre ceilalți sau despre literatura peregrinilor*, Ager, București.

McQuail, Denis (1999), *Comunicarea*, Institutul European, Iași.

Mead, R. (1994/1998), *International Management: Cross-Cultural Dimensions*, Blackwell Business, Oxford.

Miege, Bernard (1998), *Gândirea comunicațională*, Cartea Românească, București.

Mihăilescu, Angela (2007), *Comunicarea interculturală. Ora de limbă spaniolă*, Editura Universității din București.

Mihăilescu, Vintilă (2000), *Socio hai-hui – O altă sociologie a tranziției*, Paideia, București.

Mihu, Achim (2002), *Antropologie culturală*, ed. a III-a, Dacia, Cluj-Napoca.

Milhouse, V.H., Asante, M.K., Nwosu, P.O. (eds.) (2001), *Transcultural Realities: Interdisciplinary Perspectives on Cross-Cultural Relations*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Miroiu, Mihai (1992), *English Business Letters – Corespondență de afaceri în limba engleză*, Editura Andreescu, Alexandria.

Mody, B. (2003), *International and Development Communication: A 21st Century Perspective*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Morris, Ch.W. (1939), *Foundations of the Theory of Signs*, University of Chicago Press, Chicago.

Noica, Constantin (1978), *Sentimentul românesc al ființei*, Editura Eminescu, București.

Noica, Constantin (1996), *Cuvânt împreună despre rostirea românească*, Humanitas, București.

Novinger, T. (2001), *Intercultural Communication: A Practical Guide*, University of Texas Press, Austin.

O'Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Danny, Montgomery, Martin, Fiske, John (2001), *Concepte fundamentale în științele comunicării și studiile culturale*, Polirom, Iași, 2001.

Oberg, K. (1960), „Culture Shock: Adjustment to New Cultural Environment", *Practical Anthropology*, 7, pp. 177-182.

Papadima, Ovidiu (1936/1995), *O viziune românească a lumii*, Saeculum, București.

Pedler, Emmanuel (2001), *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București.

Pinker, S. (1994), *The Language Instinct*, William Morrow and Company Inc., New York.

Prutianu, Ștefan (2000), *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Polirom, Iași.

Ralea, Mihai (1924/1997), *Fenomenul românesc*, Albatros, București.

Rădulescu-Motru, C. (1942/1996), *Etnicul românesc*, Minerva, București.

Redfield, R., Linton, R., Herskovits, M.J. (1936), „Memorandum for the Study of Acculturation", *American Anthropologist*, 38 (1), pp. 149-152.

Reynolds, S., Valentine, D. (2004), *Guide to Cross-Cultural Communication*, Prentice Hall, Upper Saddle River.

Ronen, S. (1986), *Comparative and Multinational Management*, John Wiley & Sons, New York.

Ronen, S., Shenkar, O. (1985), „Clustering Countries on Attitudinal Dimensions: A Review and Synthesis", *Academy of Management Review*, 10 (3), pp. 435-454.

Rubel, P.G., Rosman, A. (2003), *Translating Cultures: Perspectives on Translation and Anthropology*, Berg, Oxford, New York.

Ruben, B.D. (1976), „Assessing Communication Competency for Intercultural Adaptation", *Group & Organization Studies*, 1, pp. 334-354.

Sala, Marius (coord.) (1989), *Enciclopedia limbilor romanice*, Editura Științifică și Enciclopedică, București.

Samovar, L.A. (2000), *Oral Communication: Speaking Across Cultures*, Roxbury Publishing Company, Los Angeles.

Samovar, L.A., Porter, R.E. (2001), *Communication Between Cultures*, Wadsworth, Belmont.

Sapir, E. (1921), *Language*, Harcourt, Brace & World, New York.

Sapir, E. (1949), *Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture, and Personality*, ediție îngrijită de D.G. Mandelbaum, University of California Press, Berkeley, Los Angeles.

Sardar, Ziauddin, Loon, Borin Van (2001), *Câte ceva despre studii culturale*, Curtea Veche, București.

Schwartz, S.H. (1994), „Beyond Individualism/Collectivism: New Cultural Dimensions of Values", în U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi,

S.-C. Choi, G. Yoon (eds.), *Individualism and Collectivism: Theory, Method and Applications*, Sage Publications, Londra.
Scollon, C.N., Diener, E., Oishi, S., Biswas-Diener, R. (2004) „Emotions Across Cultures and Methods", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35, pp. 304-326.
Scollon, R., Scollon, S.B.K. (2001), *Intercultural Communication: A Discourse Approach*, Blackwell Publishers, Malden.
Scollon, Ron, Scollon, Suzanne Wong (1995), *Intercultural Communication: A Discourse Approach*, Blackwell, Oxford, Cambridge.
Shweder, R.A. (1991), *Thinking Through Cultures: Expeditions in Cultural Psychology*, Harvard University Press, Cambridge.
Shweder, R.A. (1993), „Cultural Psychology: Who Needs It?", *Annual Review of Psychology*, 44, pp. 497-523.
Sperber, Deirdre, Wilson, Dan (1986/1987/1995), *Relevance: Communication and Cognition*, Blackwell, Oxford.
Spiridon, Monica (2002), *Cultura: modele, repere, perspective*, Ararat, București.
Stangor, Charles (2000), *Stereotypes and Prejudice: Essential Readings*, Psychology Press, Philadelphia.
Stăniloae, Dumitru (2001), *Reflecții despre spiritualitatea poporului român*, Elion, București.
Stevenson, R.L. (1994), *Global Communication in the Twenty-First Century*, Longman, New York.
Storti, C. (2001), *The Art of Crossing Cultures*, Intercultural Press, Yarmouth.
Șimăndan, Dragoș (2000), *Fundamentele culturale ale modelului american*, Dacia, Cluj-Napoca.
Tajfel, H., Turner, J.C. (1986), „The Social Identity Theory of Intergroup Behavior", în S. Worchel, W.G. Austin (eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, Nelson-Hall, Chicago.
Tannen, D. (1980), „A Comparative Analysis of Oral Narrative Strategies: Athenian Greek and American English", în W.L. Chafe (ed.), *The Pear Stories: Cognitive, Cultural and Linguistic Aspects of Narrative Production*, Ablex, Norwood, pp. 51-87.
Tanno, D.V., González, A. (eds.) (1998), *Communication and Identity Across Cultures*, Sage Publications, Thousand Oaks.
Terzea-Ofrim, Lucia (2002), *Ce mi-e drag nu mi-e urât. O antropologie a emoției*, Paideia, București.
Ting-Toomey, Stella (1999), *Communicating Across Cultures*, The Guilford Press, New York.

Ting-Toomey, Stella, Korzenny, F. (eds.) (1991), *Cross-Cultural Interpersonal Communication*, Sage Publications, Newbury Park, Londra, New Delhi.
Ting-Toomey, Stella, Oetzel, John G. (2001), *Managing Intercultural Conflict Effectively*, Sage Publications, Thousand Oaks.
Ting-Toomey, Stella, Oetzel, John G., Yee-Jung, Kimberlie (2001), „Self-Construal Types and Conflict Management Styles", *Communication Reports*, 14, pp. 87-104.
Todorov, Tzvetan (1994), *Cucerirea Americii. Problema celuilalt*, Institutul European, Iași.
Tomlinson, John (2002), *Globalizare și cultură*, Amarcord, Timișoara.
Triandis, H.C. (1995), *Individualism and Collectivism*, Westview, Boulder.
Trompenaars, F. (1993), *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*, Economics Books, Londra.
Vasilescu, Andra (2005), „Dialogul", în Valeria Guțu Romalo (coord.), *Gramatica limbii române*. Editura Academiei Române, București, vol. II, pp. 779-817.
Vulcănescu, Mircea (1991), *Dimensiunea românească a existenței*, Editura Fundației Culturale Române, București.
Watts, R.J, Ide, S., Ehlich, K. (eds.) (1992), *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice*, Mouton de Gruyter, Berlin.
Whorf, Benjamin (1956), *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, ediție îngrijită de John Carroll, MIT Press, Cambridge.
Wierzbicka, Anna (1991/2003), *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*, Mouton de Gruyter, Berlin, New York.
Wierzbicka, Anna (1994), „«Cultural scripts»: A semantic approach to cultural analysis and cross-cultural communication", în L. Bouton, Y. Kachru (eds.), *Pragmatics and Language Learning*, University of Illinois, Urbana-Champaign, pp. 1-24.
Wierzbicka, Anna (1997), „The Double Life of a Bilingual: A Cross-Cultural Perspective", în M.H. Bond (ed.), *Working at the Interface of Culture: Eighteen Lives in Social Sciences*, Routledge, Londra, pp. 113-125.
Wierzbicka, Anna (2006a), „The Concept of «Dialogue» in Cross-Linguistic and Cross-Cultural Perspective", *Discourse Studies*, 8 (5), Sage Publications, Londra, Thousand Oakes, New Delhi, pp. 675-703.
Wierzbicka, Anna (2006b), *English: Meaning and Culture*, Oxford University Press, New York.

Yamada, H. (1997), *Different Games, Different Rules: Why Americans and Japanese Misunderstood Each Other*, Oxford University Press, Oxford.
Young, L.W.L. (1994), *Crosstalk and Culture in Sino-American Communication*, Cambridge University Press, New York.
Young, R.E. (1996), *Intercultural Communication: Pragmatics, Genealogy, Deconstruction*, Multilingual Matters, Clevedon.
Zimmerman, D.H. (1998), „Identity, Context and Interaction", în C. Antaki, S. Widdicombe (eds.), *Identities in Talk*, Sage Publications, Londra, pp. 87-106.

Indice

În seria „Collegium. Practic”

au apărut:

Umberto Eco – *Cum se face o teză de licență. Disciplinele umaniste*
Gilles Ferréol, Noël Flageul – *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*
Andra Șerbănescu – *Cum se scrie un text* (ediția a III-a)
Andra Șerbănescu – *Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor*

în pregătire:

Pierre Bayard – *Cum vorbim despre cărțile pe care nu le-am citit*